

UNIVERSITAS TERBUKA

## LAPORAN PENELITIAN

### MINAT MASYARAKAT BANYUMAS MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah)

Oleh :  
Drs. Jatno Sunarjo, M.Si  
DR. Suprpto, M.S

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN  
KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TERBUKA  
UNIT PROGRAM BELAJAR JARAK JAUH  
PURWOKERTO  
2012

## LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN KEILMUAN

1	Judul Penelitian	:	Minat Masyarakat Banyumas Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas)
2	a	Mata Kuliah	: Ekonomi Syariah
	b	Bidang Kajian	: Keilmuan
3	Ketua Peneliti		
	a	Nama Lengkap dan Gelar	: Jatno Sunarjo, Drs. M.Si
	b	Jenis Kelamin	: Laki-laki
	c	Pangkat, Golongan, NIP	: Penata Tk I/III/d, 19530509 199203 1 001
	d	Program Studi/Jurusan	: Ekonomi dan Studi Pembangunan
	e	Fakultas	: Ekonomi
	f	Alamat Rumah	: Jl. Kom. Bb. Suprpto Gg. II No. 210 RT. 01/Rw. 02 Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur Purwokerto Jawa Tengah
	g	Nomor Telepon/HP	: 081548898396
	h	Email	: jatno@ut.ac.id
3	Nama anggota Peneliti (1 orang)		
4	Lama Penelitian		
5	Biaya yang diperlukan		
6	Sumber Pembiayaan		

Purwokerto,

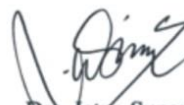
Mengetahui,  
Kepala LPPM-UT Purwokerto



Drs. Samsul Islam, M.Pd  
NIP. 19540609 198601 1 001

Mengetahui,  
Kepala Pusat Keilmuan

Ketua Peneliti



Drs. Jatno Sunarjo, M.Si  
NIP. 19530509 199203 1 001

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian pada Masyarakat

.....  
NIP.

.....  
NIP.

### ABSTRAK

Eksistensi bank syariah di Banyumas sudah dirasakan sebagai kebutuhan dan dirasakan manfaatnya, sehingga perkembangannya cukup pesat. Ada beberapa bank syariah di Banyumas, namun dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel secara purposive yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI, Bank Syariah Mandiri (BSM) dan tiga Bank Perkreditan Rakyat Syariah(BPRS). Sampel responden diambil masing-masing 75 orang secara eksidental sampling. Hasil analisis dari ketiga bank syariah baik secara deskriptif maupun statistik menunjukkan faktor pengelolaan secara syariah merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat Banyumas untuk menjadi nasabah bank syariah.

## DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang	1
B Perumusan Masalah	7
C Batasan Masalah	7
D Tujuan Penelitian	8
E Manfaat Penelitian	8
II TELAAH PUSTAKA	
A Bank Syariah	10
B Bank Syariah di Indonesia	14
C Minat	15
D Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah	18
E Penelitian Sebelumnya	31
M Kerangka Berpikir	34
N Hipotesis	37
III METODE PENELITIAN	
A Variabel Penelitian	38
B Populasi	38
C Sampel	38
D Teknik Pengambilan Sampel	39
E Jenis Data	39
F Metode Pengumpulan Data	39

	G	Metode Analisis	40
IV		ANALISIS HASIL	
	A	Gambaran Umum Subyek Penelitian	41
	B	Karakteristik Responden	50
	C	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Bank Muamalat Indonesia (BMI) di Kab. Banyumas	55
	D	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri (BSM) di Kab. Banyumas	75
	E	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria) di Kab. Banyumas	93
	F	Hasil Anaisis Uji Statistik	114
V		KESIMPULAN DAN SARAN	
	A	Kesimpulan	116
	B	Saran	118
		DAFTAR PUSTAKA	122

## DAFTAR TABEL

			halaman
Tabel	1.1	Rekapitulasi Perkembangan Jumlah Kantor dan Asset Bank Syariah Tahun 2009 – 2011 di Wilayah Kerja Bank Indonesia Purwokerto	6
Tabel	3.1	Bobot Nilai Skala Ranking	40
	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
	4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	55
	4.6	Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BMI	56
	4.7	Faktor Lokasi BMI	60
	4.8	Faktor Pelayanan BMI	62
	4.9	Faktor Fasilitas BMI	65
	4.10	Faktor Promosi/Sosialisasi BMI	68
	4.11	Faktor Produk BMI	72
	4.12	Perbandingan Rata-rata Frekuensi Jawaban Rresponden atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BMI	74
	4.13	Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BSM	75
	4.14	Faktor Lokasi BSM	79
	4.15	Faktor Pelayanan BSM	81
	4.16	Faktor Fasilitas BSM	84
	4.17	Faktor Promosi/Sosialisasi BSM	86
	4.18	Faktor Produk BSM	90
	4.19	Perbandingan Rata-rata Frekuensi Jawaban Rresponden atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BSM	92
	4.20	Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BPRS	93
	4.21	Faktor Lokasi BPRS	97
	4.22	Faktor Pelayanan BPRS	99
	4.23	Faktor Fasilitas BPRS	102
	4.24	Faktor Promosi/Sosialisasi BPRS	105
	4.25	Faktor Produk BPRS	109
	4.26	Perbandingan Rata-rata Frekuensi Jawaban Rresponden atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS	112
	4.27	Jumlah Rata-rata Responden dan Prosentase yang Menyatakan Sangat Setuju dan Setuju pada Faktor Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah	113

## DAFTAR GAMBAR

			halaman
Gambar	2.1	Kerangka Pikir Penelitian	36

## DAFTAR LAMPIRAN

			halaman
Lampiran	1	Analisis Regressi BMI	124
	2	Analisis Regressi BSM	129
	3	Analisis Regressi BPRS	134



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Eksistensi lembaga keuangan khususnya sektor perbankan menempati posisi sangat strategis dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil di satu pihak pemilik dana dilain pihak. Dengan demikian, fungsi utama sektor perbankan dalam kebijakan makro ekonomi diarahkan untuk bagaimana uang menjadikan efektif dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi. Disini terlihat bahwa peranan sektor perbankan sangat diperlukan dalam rangka membangkitkan kegiatan perekonomian, termasuk didalamnya bank syariah yang merupakan lembaga keuangan berbasis syariah yang sekarang ada di Indonesia. Kehadiran bank syariah menjadi alternatif dalam dunia keuangan. Tidak hanya itu, dengan karakteristiknya yang menjunjung tinggi ajaran Islam dan dapat menjembatani sektor moneter ke sektor riil, maka bank syariah menjelma menjadi solusi dalam perekonomian di Indonesia. Bahkan dengan infiltrasi ajaran Islam yang menjadi agama mayoritas rakyat Indonesia, membuat banyak pihak optimis bank syariah akan berjaya di Indonesia.

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-

sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional bersinergi dalam mendukung mobilisasi dana masyarakat yang lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dengan demikian upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian dan kegiatan yang mendukung pencapaian rencana strategis dalam skala yang lebih besar pada tingkat nasional.

“Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia” memuat visi, misi dan sasaran pengembangan perbankan syariah serta sekumpulan inisiatif strategis dengan prioritas yang jelas untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, yaitu pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan

syariah dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai terbentuknya integrasi dengan sektor keuangan syariah lainnya. Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan Syariah nasional harus sanggup menjadi pemain domestik yang memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional (BI : 2011 : 1).

Pada akhirnya, sistem perbankan syariah yang ingin diwujudkan oleh Bank Indonesia adalah perbankan syariah yang modern, yang bersifat universal, terbuka bagi seluruh masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Sebuah sistem perbankan yang menghadirkan bentuk-bentuk aplikatif dari konsep ekonomi syariah yang dirumuskan secara bijaksana, dalam konteks kekinian permasalahan yang sedang dihadapi oleh bangsa Indonesia, dan dengan tetap memperhatikan kondisi sosio-kultural bangsa ini. Dengan cara demikian, maka upaya pengembangan sistem perbankan syariah akan senantiasa dilihat dan diterima oleh segenap masyarakat Indonesia sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan negeri.

Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia. Dan sekarang telah diberlakukannya

Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.

Sejak diberlakukannya UU perbankan syariah menjadi hikmah tersendiri bagi dunia perbankan nasional di mana pemerintah membuka lebar kegiatan usaha perbankan dengan berdasarkan pada prinsip syariah, sehingga dapat menampung aspirasi dan kebutuhan yang berkembang di masyarakat. Masyarakat diberikan kesempatan untuk mendirikan bank berdasarkan prinsip syariah, termasuk juga kesempatan untuk mengkonversi atau menambah usaha bank yang kegiatan usahanya berawal dari sistem konvensional menjadi pola syariah. Apabila dilihat secara makro ekonomi pengembangan bank syariah memiliki peluang besar karena peluang pasarnya searah dengan mayoritas penduduk Indonesia. Tidak menutup kemungkinan bank BUMN, swasta nasional bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syariahnya di Indonesia. Dengan terbuka kesempatan ini jelas akan memperbesar peluang transaksi keuangan di dunia perbankan, terutama bila terjalin hubungan kerjasama antara bank-bank syariah yang memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan bank syariah, maka perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat.

Perkembangan perbankan syariah di Kabupaten Banyumas merupakan suatu perwujudan permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat dan memenuhi

prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itulah, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang biasa disebut dengan bank syariah didirikan.

Bank syariah haruslah melihat kondisi aktual masyarakat Banyumas yang dijadikan sasaran dan tujuan yang hendak dicapai. Berdasarkan proses identifikasi kondisi masyarakat saat ini yaitu, masyarakat yang memiliki pemahaman rendah terhadap ekonomi Islam dan memiliki pemahaman parsial dan terkotak-kotak atas ajaran Islam. Karena itu yang menjadi sasaran komunikasi pemasaran adalah membangun kesadaran dan kepedulian. Hal ini dapat dicapai dengan cara menggugah perhatian dan membangun pengetahuan.

Komposisi pesan yang sesuai bagi tahapan ini adalah lebih menekankan pada pendekatan moral (dari sisi agama) dan dilengkapi dengan penjelasan rasional. Apabila masyarakat telah memiliki pengetahuan dan kepedulian terhadap ekonomi Islam, akan timbul kebutuhan pada lembaga keuangan syariah. Karena itu pada kondisi ini yang menjadi sasaran komunikasi pemasaran adalah menciptakan kecenderungan, menganalisis pilihan, serta membangun kepercayaan atas keyakinannya. Komposisi pesan yang sesuai pada tahap ini adalah lebih menekankan pada penjelasan rasional (misalnya analisis manfaat dan biaya, nilai tambah, pertumbuhan simultan, dan lain-lain) tentunya dilengkapi dengan penjelasan moral keagamaan. Secara teknis, metode yang dapat digunakan adalah sosialisasi masal, yaitu penggunaan media massa, program sponsor, seminar terbatas. Strategi yang dapat kita jalankan adalah melakukan sinergisitas antar pelaku dalam industri perbankan syariah, serta dengan kompetisi yang sehat antar bank.

Apabila masyarakat telah memiliki kecenderungan dan percaya atas pemberlakuan Syariah Islam dalam aspek perbankan, tahapan selanjutnya adalah mendorong keinginan mereka untuk berhubungan langsung/bertransaksi dengan bank syariah dan menggunakan produk serta jasa yang ditawarkan. Komposisi pesan yang sesuai bagi tahapan ini adalah lebih menekankan pada aspek emosional, berupa dorongan untuk memperkuat keputusan. Secara teknis metode yang dapat diterapkan adalah komunikasi personal (melalui telepon, cyber media dll). Strategi ini juga dibarengi dengan membangun kesiapan bank melalui membangun infrastruktur, pengembangan komitmen untuk menciptakan nilai tambah, dan memberikan pelayanan optimal. Ternyata perkembangan perbankan syariah di Banyumas cukup pesat.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Perkembangan Jumlah Kantor dan Asset Bank Syariah Tahun 2009 – 2011 di Wilayah Kerja Bank Indonesia Purwokerto.

STUS KANTOR KABUPATEN		DEC 09		DEC 10		DEC 11		FEB 12	
		BUS	BPRS	BUS	BPRS	BUS	BPRS	BUS	BPRS
a	Kantor Pusat	0	6	0	7	0	7	0	7
b	Kantor Cabang	3	0	5	0	6	0	6	1
c	Kantor Cab. Pembantu	11	-	14	-	16	-	16	-
d	Kantor Kas	2	9	5	10	5	13	5	13
	Jumlah Kantor	16	15	24	17	27	20	27	21

ASSET BANK SYARIAH / TAHUN		BUS	BPRS
		Dalam milyar rupiah	Dalam milyar rupiah
1	Desember 2009	344.85	75.24
2	Desember 2010	457.82	103.78
3	Desember 2011	843.98	146.16

Sumber : Bank Indonesia Purwokerto April 2012

Dengan melihat perkembangan dan alasan serta tujuan didirikannya perbankan syariah yang sekarang mulai banyak berdiri di Kabupaten Banyumas, banyak Masyarakat Banyumas mulai melirik dan berminat menjadi nasabah bank syariah. Dari uraian di atas, terlihat bahwa bank syariah memiliki potensi pengembangan cukup besar dengan adanya kebutuhan masyarakat dan dukungan kebijakan pengembangan yang kuat.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil judul penelitian: **MINAT MASYARAKAT BANYUMAS MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas Propinsi Jawa Tengah).**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah Bank Syariah?
2. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah Bank Syariah?

## **C. Batasan Masalah**

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bank Syariah sebagai tempat penelitian sebanyak tiga Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas, yaitu: Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Muamalat

Indonesia (BMI), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria)

2. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat di Kabupaten Banyumas yang menjadi nasabah dari ke lima bank syariah tersebut.
3. Atribut atau faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat (nasabah) dalam memilih Bank Syariah adalah faktor pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi/sosialisasi dan produk yang mempengaruhi minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah Bank Syariah.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat Banyumas yang menjadi nasabah Bank Syariah.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perbankan Syariah
  - a. Sebagai sumber informasi untuk pengembangan perbankan syariah ke depan.
  - b. Sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan strategi yang telah digunakan oleh bank syariah selama ini.
  - c. Sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank syariah selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional.



## 2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam menganalisis serta memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat. Sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti terutama yang berhubungan dengan bidang kajian baru yang peneliti coba tekuni.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **A. Bank Syariah**

Bank Islam adalah bank yang didirikan oleh kelompok orang Islam dengan ciri tanpa bunga atau sering disebut dengan ‘bank bagi hasil’. Dapat pula diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa, dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Oleh karena itu, usaha bank selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan barang dagangan utamanya (Zaidi Abdad, 2003:72 ).

Bank Islam atau di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Butir 1, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank syariah, atau Bank Islam, merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam. Menurut Karnaen dan Syafi'i Antonio (1992:1), Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah. Definisi Bank Syariah menurut Muhammad (2002:13), adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Mudrajat Kuncoro dan Suhardjono (2002:593) mendefinisikan bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yaitu mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam AlQuran dan AlHadist. Dengan mengacu kepada AlQuran dan AlHadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur-unsur riba dan bertentangan dengan syariat Islam maka jelas bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan aturan-aturan yang ada pada diri Islam. Syariah ini merupakan salah satu penghubung antara Allah SWT dengan umat manusia, maka jelas bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan aturan-aturan yang ada pada diri Islam. Prinsip utama yang diikuti oleh bank syariah adalah:

1. Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi.
2. Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan

keuntungan zakat.

### 3. Memberikan zakat.

Beberapa tujuan bank syariah adalah sebagai berikut (Zaidi Abdad, 2003: 72-73) ):

1. Menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi agar tidak terjadi kesenjangan yang besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan modal.
2. Meningkatkan kualitas hidup umat dengan membuka peluang berusaha lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif menuju terciptanya kemandirian usaha.
3. Menanggulangi masalah kemiskinan, berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap, seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan konsumen, pengembangan modal kerja dan pengembangan usaha bersama.
4. Menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap perbankan nonsyariah (konvensional).

Menurut Karnaen (dalam Muhammad, 2002:15-16) fungsi dan peran bank syariah adalah sebagai berikut:

1. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
2. Investor bank syariah, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimiliki maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.

3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan dan mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Bank Syariah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan bank konvensional antara lain :

1. Kuatnya ikatan emosional antara pemegang saham, bank dan nasabah sehingga dapat mengembangkan kebersamaan dalam menghadapi tantangan.
2. Adanya fasilitas pembiayaan yang tidak membebani nasabah dengan kewajiban membayar biaya secara tetap.
3. Adanya keterkaitan secara religi, sehingga semua pihak yang terkait di dalamnya berusaha untuk mengamalkan ajaran agamanya, maka seberapa pun hasil yang diperoleh itu merupakan berkah dari Allah SWT.
4. Dengan sistem bagi hasil tidak akan ada diskriminasi terhadap nasabah atas kemampuan ekonominya, sehingga kestabilan bank syariah semakin besar. Menghilangkan *cost push inflation* dan persaingan antar bank syariah berlangsung secara wajar.

## **B. Bank Syariah di Indonesia**

Perkembangan bank syariah di Indonesia tidak lepas dari adanya pengaruh bank-bank Islam di belahan dunia sebagaimana dijelaskan di atas. Semua ini tentunya mengilhami dan sekaligus menggugah pakar-pakar ekonomi di Indonesi, akhirnya mereka mencoba memperbincangkan dan mendiskusikan tentang perbankan Islam sebagaimana yang dilakukan oleh saudara-saudara kita yang berada di negaranya masing-masing. Sehingga pada tahun 1980-an, mulai diadakan diskusi mengenai bank syariah, karena ini dianggap sebagai pilar ekonomi Islam. Kemudian dari diskusi-diskusi tersebut akhirnya dilakukan beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas, misalnya dengan terwujudnya *Baitul Tanwil* yang pertama kali didirikan di Salman ITB Bandung dan ternyata ini tumbuh sangat mengesankan. Ada lagi di Jakarta juga di bentuk lembaga yang serupa yaitu berbentuk koperasi dengan nama Koperasi Ridla Gusti.

Namun demikian, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dapat terealisasikan pada tahun 1990. Itu pun juga masih sebatas lokakarya yang membahas “Khusus bunga bank dan perbankan“, di mana pada saat itu kalau tidak salah yang menjadi pemrakarsa lokakarya tersebut adalah MUI. Alhasil dari lokakarya tersebut nampaknya ditindaklanjuti kembali pembahasannya, sehingga ketika MUI mengadakan MUNAS IV di Jakarta, kembali membahasnya dan sekaligus mengamanatkan untuk membentuk kelompok tim kerja, dalam rangka mendirikan bank Islam di Indonesia.

Maka mulailah tim kerja ini mengadakan pendekatan ke berbagai pihak, sehingga pada tanggal 1 November 1991 tim tersebut telah berhasil mewujudkan akte pendirian PT BMI yang pada saat penandatanganan terkumpul komitmen pembelian saham sebesar Rp 84 Miliar. Namun pada tahun ini BMI masih belum beroperasi. Baru pada tahun berikutnya 1992, BMI mulai beroperasi hingga September 1999 BMI telah memiliki lebih dari 45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, dan Ujungpandang. Di NTB sampai saat ini belum ada BMI, namun syukurlah BPRS sudah hadir di tengah-tengah masyarakat NTB.

Adapun keberadaan bank syariah di Indonesia pada era pasca reformasi ini, tentunya banyak diharapkan oleh masyarakat muslim secara luas, karena perbankan Islam merupakan jalan satu-satunya alternatif untuk menyelesaikan kemelut perbankan yang selama ini mengguncang masyarakat Indonesia. Apalagi dengan disetujuinya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan keleluasan kepada bank untuk mengoperasikan dengan sistem syariah. Ini tentunya akan memberikan angin segar dan peluang bagi umat Islam guna menata kembali lembaga perekonomiannya. (Zaidi Abdad, 2003: 74-75).

## **C. Minat**

### **1. Pengertian Minat**

Istilah minat telah banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan diterapkan pada banyak hal. Beberapa ahli berusaha memberikan pengertian dan definisi mengenai minat. Tidjan (1976 : 71) mendefinisikan minat sebagai

intensitas perhatian yang tinggi terhadap suatu hal, peristiwa, orang atau benda. Motif merupakan suatu predisposisi abadi yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku ke arah tujuan tertentu. Kebutuhan perorangan terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier, sedangkan tuntutan masyarakat meliputi tuntutan sosial, ekonomi dan budaya. Apabila seseorang mempunyai minat terhadap suatu hal, peristiwa, orang atau benda, hal itu terjadi karena ada kebutuhan-kebutuhan di dalam dirinya dan tuntutan di dalam masyarakat. Hal ini dapat diambil contoh mengenai penggunaan baju. Baju akan menarik minat apabila enak disandang (sesuai dengan kebutuhan) dan enak pula dipandang (memenuhi kebutuhan).

Kebutuhan-kebutuhan yang mendasari suatu minat seseorang tersebut dapat merupakan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat fisiologis maupun psikologis. Kebutuhan yang lebih tinggi akan mendorong seseorang untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan tersebut, setelah kebutuhan yang lebih rendah telah dipuaskan. Kebutuhan-kebutuhan yang mendominasi pada saat tertentu akan menentukan terbentuknya minat dan mempengaruhi perilaku seseorang, misalnya kebutuhan yang mendominasi pada saat tersebut adalah kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, maka minat orang yang bersangkutan ditujukan untuk membangun hubungan afektif dengan orang lain. Hal ini tentu saja terjadi setelah kebutuhan-kebutuhan yang lebih rendah seperti kebutuhan dasar fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman sudah terpuaskan.

Menurut Guilford dkk, minat seseorang terhadap suatu obyek akan menimbulkan ketertarikan, keinginan dan sikap positif, dan akhirnya akan



mempengaruhi motivasinya untuk mendekati obyek tadi. Minat tampaknya mengembangkan aktivitas-aktivitas yang dapat memuaskan dan seseorang cenderung untuk menstimulasi aktivitas selanjutnya. Minat memuaskan kebutuhan yang penting dalam kehidupan seseorang. Semakin kuat kebutuhan maka akan semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut.

Berpijak pada uraian di atas, yang dimaksud dengan minat adalah intensitas perhatian terhadap suatu hal, peristiwa, orang atau benda karena ada suatu kepentingan tertentu, dimana kepentingan ini sebagai akibat dari kebutuhan-kebutuhan pribadi dan tuntutan-tuntutan masyarakat yang akhirnya akan mempengaruhi motivasinya untuk mendekati obyeknya.

## 2. Komponen-komponen yang membentuk minat

Minat seseorang dibentuk oleh komponen-komponen utama yang penting. Kamisa (1997 : 370) minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Sedangkan Hurlock (1995 : 117) mengemukakan bahwa komponen minat adalah kognitif, afektif dan psikomotor. Hal ini menunjukkan bahwa minat belum merupakan bentuk perilaku nyata, maka unsur kognitif dan afektif lebih banyak berperan, sementara peran konatif masih sangat kecil. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka , dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan sesuatu yang telah menarik minatnya (Gunarso, 1995 : 68)

### 3. Minat Berperilaku

Sikap adalah faktor yang berasal dari diri individu seseorang, sedangkan norma subyektif adalah faktor yang berasal dari luar individu yaitu lingkungan sosial yang melingkupi individu tersebut. Mengacu teori ini, dikatakan bahwa seseorang punya minat untuk berperilaku tertentu jika ia menganggap perilaku tersebut positif dan bila orang-orang di sekitarnya menghendaki ia untuk berperilaku seperti itu. (Basu Swastha, 2000)

#### **D. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah**

Minat merupakan perilaku seseorang yang dilandasi oleh anggapan bahwa seseorang mempunyai anggapan terhadap sesuatu itu positif dan bila orang-orang di sekitarnya menghendaki ia untuk berperilaku seperti itu .

##### 1. Pengelolaan secara syariah

Dalam realitanya, agama dapat membentuk suatu budaya atau tradisi dalam masyarakat. Peranan agama ini diyakini mempunyai peranan yang cukup besar dalam menentukan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu barang atau jasa. Jadi, kecenderungan keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak suatu produk/jasa ditentukan pula oleh keyakinan agama nasabah. Dalam ruang lingkup yang lebih luas, maka kecenderungan tersebut bisa mengkristal menjadi budaya atau tradisi suatu masyarakat.

Menurut Ujang Sumarwan, (2000) mengatakan bahwa kelompok agama ini cenderung untuk menunjukkan “identitas” keagamanya dalam proses

pengambilan keputusan untuk membeli produk atau jasa yang berhubungan atau tidak bertentangan dengan aktivitas keagamaan yang dianutnya.

Ajaran Islam menganjurkan umatnya untuk selalu berpegang teguh kepada prinsip-prinsip ajaran yang terkandung dalam Quran dan Hadist serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Ajaran Islam merupakan ajaran yang menyeluruh termasuk di dalamnya adalah aktivitas ekonomi yang juga merupakan bagian ibadah dalam hidup seorang muslim. Sehingga kehidupan perekonomiannya juga mengacu pada syariat Islam. Pemahaman inilah yang merupakan salah satu faktor pendorong yang memotivasi seorang muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah, yang sesuai dengan syariat Islam.

Dalam kaitannya dengan bank syariah adalah bahwa bank syariah merupakan bank yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang pengelolannya juga secara syariah. Pengelolaan ini terwujud baik dalam konsep maupun aplikasinya. Agar bank syariah benar-benar terjaga dari penyimpangan-penyimpangan atas syariah Islam maka setiap bank syariah mempunyai Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi bank syariah agar selalu tetap dalam koridor syariah.

Menurut Antonio (2001) beberapa hal yang mendasar berkaitan dengan pengelolaan secara syariah di bank syariah yang bisa mempengaruhi keputusan nasabah khususnya yang beragama Islam untuk menggunakan jasa bank syariah adalah sebagai berikut:

a. Adanya larangan riba

Landasan hukum pengharaman riba ada dalam Alquran yaitu :

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (QS. Ali Imran: 130)

“ Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasulNya akan memerangimu dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (QS. Al Baqarah: 278-279)

b. Sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan.

Sistem bagi hasil dilakukan dengan cara menetapkan persentase nisbah bagi hasil atas keuntungan yang nantinya akan diperoleh. Prinsip bagi hasil ini pada prinsipnya berdasarkan kaidah *Mudharabah* dan *Musyarakah*.

c. Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap transaksi perbankan.

Dalam praktiknya bank syariah menggunakan berbagai macam prinsip syariah termasuk di antaranya prinsip titipan dengan *wadiah*, prinsip jual beli dengan *murabahah*, *salam*, *isthisna*, prinsip sewa *ijarah*, prinsip jasa *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *qard* dan lainnya.

d. Investasi/pembiayaan bank syariah pada bisnis yang halal dan baik.

Dari sisi financing atau pembiayaan, bank syariah juga harus tetap dalam koridor syariah, yaitu tidak boleh melakukan bisnis atau usaha yang

bertentangan dengan syariah. Investasi yang dilakukan oleh bank syariah biasa saja bisnis yang halal akan tetapi bila memberikan *mudharat* bagi lainnya maka hal itu juga dilarang. Perlu juga mengkaji bisnis tersebut, apakah halal dan baik (tidak menimbulkan *mudharat*). Jadi pembiayaan dan investasi yang dilakukan oleh bank syariah harus pada bisnis/usaha yang halal dan baik.

e. Bank syariah sebagai wujud nyata sistem ekonomi Islam.

Sebagai sebuah sistem ekonomi yang baru bangkit kembali dari masa tidurnya, menjadi suatu hal yang agak sulit bagi masyarakat awam untuk bisa mengerti dan memahami sistem ekonomi syariah. Oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan-pengembangan terus atas sistem ekonomi syariah agar lebih membumi. Dukungan-dukkungan sangat diperlukan dalam rangka memajukan sistem ekonomi syariah.

## 2. Lokasi

Kantor bank pada umumnya cenderung mendekati nasabah dan mendekati kantor lain serta dekat dengan pusat perbelanjaan. Pentingnya lokasi yang strategis bagi suatu bank tergantung dari tipe dan derajat interaksi yang terlibat. (Kasmir, 2004).

Sementara Mahmoodin (1996) mengemukakan bahwa lokasi bank yang tepat dan strategis mendukung kegiatan operasional bank. Lokasi tersebut perlu dekat dan berhubungan dengan aspek kehidupan lain yang pada intinya memberikan kemudahan nasabah dan masyarakat untuk datang, mengenal, dan tahu tentang tempat (lokasi). Untuk itu perlu diupayakan agar lokasi tidak

terlindung benda (pohon, bangunan) lain, cukup dapat dipandang, dilihat dari berbagai sudut.

Lokasi bank perlu mempertimbangkan aspek lain (A Bank , 2011/12) yaitu:

- a. Berada pada center kegiatan bisnis atau perekonomian.
- b. Dekat dengan jalan raya, jalan umum sehingga mudah dihubungi.
- c. Tersedia jaringan telekomunikasi yang baik dan mudah seperti telepon dan *faximile*.
- d. Ada jaringan listrik yang mampu memenuhi semua kebutuhan bank.
- e. Bangunan kantor cukup representatif, terutama jika dibandingkan dengan bangunan di sekitarnya.

### 3. Pelayanan

Pelayanan dengan mutu yang baik adalah dambaan nasabah dan merupakan keberhasilan sebuah bank. Oleh sebab itu, bank sebagai sebuah perusahaan perlu menjaga mutu pelayanannya. Mutu pelayanan yang baik akan menyebabkan nasabah merasa puas sehingga loyal dan bersedia menggunakan produk/jasa di waktu yang akan datang.

Mutu pelayanan akan dirasakan sebagai penilaian secara umum atau sikap yang berhubungan dengan superioritas atau keunggulan dari suatu pelayanan. Spreng dan Mackoy (1996) mengemukakan bahwa pelayanan adalah kesimpulan dari perbandingan penampilan yang nasabah rasakan mengenai sebuah perusahaan dengan yang seharusnya mereka berikan. Pendapat lain dikemukakan oleh Wyckof (dalam Heru Sulisty, 1998) yang mengatakan

bahwa pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan nasabah.

Pelayanan selalu mengacu pada dan situasi yang ditimbulkan oleh pelayanan itu sendiri, sehingga menimbulkan kegembiraan, kesenangan, dan kepuasan. Pelayanan berkaitan dengan aspek-aspek teknis dalam menghasilkan produk jasa bagi nasabah. Dalam hal ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu alur waktu, kemampuan mengantisipasi, komunikasi, kepekaan, dan pengawasan.

Pelayanan adalah penting, oleh karena reaksi dan tanggapan seseorang langsung dalam suatu aktivitas akan langsung saling mempengaruhi satu sama lainnya, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tujuan kelompoknya. Dalam usaha perbankan, para karyawan merupakan unit sosial yang dibentuk untuk mencapai tujuan yaitu nasabah yang maksimal. Untuk mencapai keberhasilan dalam pelayanan pada sebuah bank, maka seorang karyawan bank harus:

- a. Tepat waktu
- b. Memiliki rasa hormat terhadap diri, teman, ataupun pimpinan.
- c. Memiliki loyalitas ataupun pengabdian.
- d. Menjalankan tugas dengan baik.
- e. Dapat dipercaya.
- f. Mengikuti jalur komunikasi.
- g. Kemauan untuk bekerja sama.
- h. Motivasi

Selain itu masih dibutuhkan perilaku yang baik dalam menjual dan melayani nasabah, yaitu:

- a. Sopan
- b. Memiliki penampilan diri yang baik (bersih, rapi).
- c. Tidak memiliki kebiasaan buruk (merokok, makan dan minum sambil bekerja).

Sementara Mahmoedin (1996) mengemukakan bahwa petugas pelayanan perlu memenuhi beberapa persyaratan, di antaranya syarat fisik, yaitu mempunyai badan yang sehat, syarat mental dalam hal ini penuh percaya diri, syarat kepribadian, yaitu menarik dan syarat sosial adalah berbudi pekerti. Secara fisik seorang petugas bank harus menarik, bersih, rapi, dan tidak kusut. Sementara sopan, menarik, arif, mandiri, ramah merupakan sebagian persyaratan kepribadian yang perlu dimiliki seorang petugas pelayanan. Persyaratan lain dalam hal mental, seorang petugas pelayanan perlu memiliki emosi yang stabil, aktif, ulet, loyal, enegik, disiplin, cermat, responsif, dan penuh inisiatif. Secara sosial seorang petugas pelayanan perlu mempunyai sifat pandai bergaul, tidak menonjolkan ego, rendah hati, tenang, empati, dan penuh perhatian pada orang lain.

Goes dan Dais (dalam Heru Sulisty, 1998) mengaitkan pelayanan ini dengan jas, dan mengatakan bahwa dalam industri jasa, sifat-sifat pokok kualitas jasa adalah:

- a. Keterpercayaan (*reliability*) meliputi jujur, aman, tepat waktu, ketersediaan.



- b. Keterjaminan (*assurance*) terdiri atas kompetensi, percaya diri, menimbulkan keyakinan kebenaran (*objective*).
- c. Penampilan (*performance*) yaitu keberhasilan atau kesehatan, perbuatan bank, teratur, rapi, cantik, indah, berpakaian rapi dan harmonis.
- d. Kepemerhatian (*emphaty*) meliputi penuh perhatian kepada setiap pelanggan. Melayani pelanggan dengan ramah dan menarik, menahami aspirasi pelanggan, berkomunikasi dengan baik dan benar, bersikap dengan penuh simpati.
- e. Ketanggapan (*response*) yaitu tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, cepat memberi respons terhadap permintaan pelanggan, cepat memperhatikan dan mengatasi keluhan-keluhan pelanggan.

#### 4. Fasilitas

Hal penting yang mempengaruhi nasabah adalah fasilitas (sarana bank). Sempurna tidaknya sarana yang dimiliki akan mempengaruhi kesempurnaan pelayanan serta kenyamanan, dan kemudahan bagi nasabah. Mahmoedin (1996) mengemukakan fasilitas pokok bank secara garis besar meliputi: ruang kantor, letak kantor, pekarangan, ruang parkir, dan fasilitas pendukung lain.

##### a. Ruang kantor

Ruang kantor terbagi dalam beberapa bagian yaitu: *front office* dan *back office* dengan fungsi dan kegunaan berbeda. Yang terdapat pada *front office* terdiri atas: petugas front office yaitu: *teller*, *customer service*, peralatan (komputer, *filing cabinet*, *detector*, *telephone* dan *interphone*. Sarana dan dekorasinya termasuk pada peralatan kantor yang meliputi:

tempat duduk, ruang tunggu, penerangan yang cukup, bahan bacaan, tempat sampah, dan asbak, udara segar dengan alat pendingin ruangan, toilet, telephone umum serta dekorasi penunjang kenyamanan nasabah.

*Back office* merupakan ruangan yang digunakan untuk keperluan administrasi, termasuk ruangan personalia lain.

b. Letak kantor

Letak kantor yang tepat dan strategis mendukung kegiatan operasional bank. Letak bank tersebut perlu dekat dan berhubungan dengan aspek kehidupan lain yang pada intinya memberikan kemudahan nasabah dan masyarakat untuk datang, mengenal, dan tahu tentang tempat (letak).

c. Pekarangan

Pekarangan mempunyai fungsi baik secara fisik maupun psikologis. Adanya tumbuhan hijau di halaman gedung membuat suasana sejuk, segar, dan nyaman, serta terlihat asri dan tidak gersang.

d. Ruang parkir

Pada umumnya setiap nasabah mempunyai kendaraan sendiri. Untuk itu diperlukan ruang parkir yang memadai, dengan petugas khusus yang menjamin keamanan kendaraan yang diparkir. Luas sempitnya ruang bergantung pada banyak sedikitnya kendaraan yang datang setiap hari. Yang perlu dipertimbangkan adalah ruang parkir tersebut cukup memadai dan nasabah merasa mudah untuk meletakkan dan mengeluarkan kembali kendaraannya.

e. Fasilitas pendukung lain

Fasilitas lain yang turut mendukung adalah kafetaria dan toilet.

Keduanya tidak secara langsung berkaitan dengan kelancaran pelayanan terhadap nasabah namun dapat membantu nasabah yang memerlukannya.

5. Promosi/sosialisasi

Pada suatu bank, promosi/sosialisasi kepada nasabah dan masyarakat merupakan salah satu aspek penting untuk menginformasikan produk dan jasa yang ditawarkan sekaligus menarik minat nasabah. Berkaitan dengan komunikasi ini Assael (dalam Morizon, 1989) mengatakan bahwa stimulus itu dapat berbentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi respon individu. Stimulus adalah semua komunikasi atau stimulus fisik yang didesain untuk mempengaruhi nasabah. Promosi/sosialisai adalah komunikasi untuk mempengaruhi masyarakat yang mewakili produk seperti kalimat dalam iklan, brosur, gambar, simbol atau stimulus lain yang berasosiasi dengan produk/jasa.

Promosi/sosialisai adalah aktivitas menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan beserta produknya agar bersedia menerima, membeli dan sekaligus loyal pada produk yang ditawarkan. (Kasmir, 2004)

Sukses atau tidaknya suatu promosi/sosialisai pada dasarnya tergantung pada empat faktor yang saling terkait antara lain:

a. Daya pesan semua

b. Kejelasan dan kekutan dalam menyatakannya

c. Media komunikasinya

d. Tingkat pengeluarannya

Media promosi yang dipilih secara tepat sesuai dengan produk/jasa yang ditawarkan akan memberi efek yang dapat menarik cukup banyak perhatian masyarakat misalnya, produk tabungan itu lebih sesuai digunakan komunikasi iklan (surat kabar, majalah, tv, radio, dll) karena luas jangkauannya. Sedangkan untuk target audiens yang sedikit, maka lebih tepat dilakukan kunjungan pribadi (usulan, penyajian, iklim). Sementara untuk hubungan masyarakat dapat menggunakan alat-alat yang tersedia bisa berupa brosur, ceramah, seminar dan berita. (Kotler dan Boom dalam Murti Sumarni, 2002).

Menurut Safi'i Antonio (2001) kegiatan sosilaisi yang dilaksnakan bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai kegitan usaha perbankan syariah kepada masyarakat, baik itu pengusaha, kalangan perbankan, maupun masyarakat lainnya. Sesuai kapasitasnya sebagai otoritas pembinaan dan pengawasan bank, bank Indonesia dapat berperan menjadi narasumber kegiatan bank syariah. Agar sosialisasi ini dapat terlaksana dengan baik, diperlukan kerja sama dengan lembaga-lembaga lain, seperti perguruan tinggi, para ulama, dewan dakwah, asosiasi, media massa cetak maupun elektronik, atau lembaga-lembaga lainnya yang memiliki kemampuan dan akses yang besar dalam penyebarluasan informasi terhadap masyarakat.

## 6. Produk

Kasmir (2004) mengemukakan bahwa selama beberapa tahun terakhir ini, perbankan telah melakukan usaha-usaha yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan nasabah (masyarakat). Produk-produk baru diciptakan sebagai pengembangan ke arah peningkatan untuk menarik nasabah.

Menurut Muhammad (2004) produk-produk bank syariah antara lain:

- a. Produk Penghimpunan dana (*funding*)
- b. Produk Penyaluran dana (*financing*)
- c. Produk pelayanan jasa (*service*)

Bank syariah dalam menjalankan usahanya tidak dapat dipisahkan dari konsep-konsep syariah yang mengatur produk dan operasionalnya. Konsep syariah dijadikan pijakan dalam mengembangkan produk bank syariah. Doktrin Al Quran sedara ekonomi dapat diartikan mendorong terpupuknya surplus konsumen dalam bentuk simpanan, untuk dihimpun, kemudian dipergunakan dalam membiayai investasi, baik untuk perdagangan (*trade*), produk (*manufacture*) dan jasa (*service*).

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebersamaan dalam menanggung risiko usaha dan berbagi hasil usaha antara: pemilik dana (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.

Pada produk pengerahan dana masyarakat, *shohibul mal* berhak atas bagi hasil dari uasaha lembaga keuangan sesuai dengan porsi yang telah disepakati

bersama. Bagi hasil yang diterima *shahibul mal* akan naik turun secara wajar sesuai dengan keberhasilan usaha lembaga keuangan dalam mengelola dana yang dipercayakan kepadanya. Tidak ada biaya yang perlu digeserkan karena bagi hasil bukan konsep biaya. Pada pendapatan bagi hasil, besar kecilnya pendapatan tergantung pilihan yang tepat dari jenis usaha yang dibiayai. Memberikan porsi bagi hasil yang lebih besar kepada *mudharib* akan memotivasi *mudharib* untuk lebih giat berusaha, demikian juga sebaliknya. Oleh karena itu, porsi 50: 50 dipandang cukup adil. Lain halnya pada pendapatan *mark-up*, pilihan terletak pada apakah ingin sekaligus untung besar per transaksi tetapi menjadi mahal dan tidak laku atau keuntungan per transaksi kecil tetapi dengan volume yang besar karena murah dan laku keras. Pendapatan bank Islam dapat dioptimalkan dengan mengambil kebijakan keuntungan kecil per transaksi untuk memperbanyak jumlah transaksi yang dibiayai.

Pada produk penyaluran dana kepada masyarakat, sebagian besar pembiayaan bank syariah disalurkan dalam bentuk barang/jasa yang dibeli bank syariah untuk nasabahnya. Dengan demikian, pembiayaan hanya diberikan apabila barang/jasanya telah ada terlebih dahulu. Dengan metode ada barang dulu baru ada uang maka masyarakat dipicu untuk memproduksi barang/jasa atau mengadakan barang/jasa. Selanjutnya barang yang diadakan menjadi jaminan (*collateral*) hutang. Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam tersebut ditentukan oleh hubungan *aqad* yang terdiri dari lima konsep dasar *aqad*. Bersumber dari konsep dasar inilah dapat

ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah untuk dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut adalah: sistem simpanan, bagi hasil, margin keuntungan, sewa dan jasa (*fee*). (Muhammad, 2004)

Antonio (2001) menjelaskan bahwa perbankan Syariah memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa penghapusan pembebanan bunga yang berkesinambungan (*perpetual interest effect*), membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, dan pembiayaan yang ditujukan pada usaha-usaha yang memperhatikan unsur moral (halal).

#### **E. Penelitian Sebelumnya**

Hadirnya bank syariah di Indonesia, telah di respon positif oleh Bank Indonesia dalam pengembangannya. Hal ini ditandai dengan dibukanya Biro Perbankan Syariah di Bank Indonesia. Biro inilah yang mengawali tumbuh kembangnya bank syariah di Indonesia. Dengan adanya amanat yang dibebankan kepada Biro Perbankan Syariah Bank Indonesi, maka lembaga ini terus berupaya melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas. Sebagai program awalnya adalah menjalankan amanat UU Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan dan UU nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Langkah yang di tempuh adalah mengembangkan *networking* bank syariah. Pengembangan jaringan kerja ini harus bersifat *market driven*, sehingga diperlukan data atau informasi yang lengkap dan akurat yang menggambarkan

kebutuhan dan potensi pengembangan, baik dari sisi penyimpanan maupun sisi pembiayaan.

Potensi dimaksud dapat dipandang dari sumber daya aktivitas perekonomian suatu wilayah serta dari pola sikap atau preferensi dari pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah. Oleh karena itu, seluruh kebijakan Bank Indonesia yang berkaitan dengan bank syariah harus bersifat *research-based policy*. Kegiatan penelitian yang “disponsori” Bank Indonesia berkaitan dengan Bank Syariah ditujukan untuk: (1) memetakan potensi pengembangan bank syariah yang didasarkan pada analisis potensi ekonomi dan pola sikap/preferensi dari pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah; (2) mempelajari karakteristik dan perilaku dari pola masyarakat pengguna atau calon pengguna jasa perbankan syariah sebagai dasar penetapan strategi sosialisasi dan pemasaran bagi bank-bank syariah.

Hasil penelitian “Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di pulau Jawa” yang disponsori Bank Indonesia yang pelaksanaannya dijalankan oleh: (1) Institut Pertanian Bogor, meneliti untuk wilayah Jawa Barat; (2) Universitas Diponegoro, meneliti wilayah Jawa Tengah; dan (3) Universitas Brawijaya meneliti wilayah Jawa Timur.

Sesuai dengan wilayah penelitian, maka hasil penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Minat masyarakat Jawa Barat terhadap Bank Syariah (2011)

Orang memilih bank karena pertimbangan pelayanan, fasilitas, kredibilitas dan status bank, cenderung tidak mau menggunakan bank



syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan fasilitas bank syariah masih dianggap kurang dibandingkan dengan bank konvensional, dan masih banyak yang meragukan status dan kredibilitas bank syariah. Masyarakat berminat dan memilih bank syariah karena alasan, antara lain: Kesesuaian berdasarkan syariat agama, lokasi atau akses yang mudah dijangkau, kredibilitas dari perbankan syariah, fasilitas ATM yang disediakan, sistem bagi hasil kewajiban dari agama.

## 2. Minat Masyarakat Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap Bank Syariah (2007).

Preferensi terhadap keuntungan relatif yang mencerminkan pandangan responden tentang perbankan syariah mempunyai nilai lebih jika dibandingkan dengan bank konvensional. Masyarakat memiliki tingkat keingintahuan terhadap bank syariah. Sebagian besar masyarakat tidak mengetahui sistem maupun produk-produk perbankan syariah. Adanya keinginan masyarakat untuk menabung dan memperoleh pembiayaan di bank syariah. Untuk wilayah Jawa Tengah dan DIY memiliki potensi prospek yang menggembirakan untuk pengembangan bank syariah, karena ada respon positif masyarakat. Pada sisi tabungan, faktor yang paling menentukan adalah variabel aktivitas sosial, penerimaan terhadap hal baru, serta pemahaman sistem bank syariah yang mempunyai sifat komprehensif. Pada sisi pembiayaan terlihat faktor-faktor yang berpengaruh adalah variabel aktivitas sosial, keterbukaan terhadap hal-hal baru, perbedaan ras, serta pemahaman tentang sistem syariah yang komprehensif.

### 3. Minat Masyarakat Jawa Timur terhadap Bank Syariah (2009)

Responden yang memiliki preferensi terhadap bank syariah sebagian besar bertempat tinggal di kota atau pinggiran kota dan sangat sedikit yang berprofesi sebagai petani. Ini menandakan bahwa nasabah potensial dari bank syariah adalah di kota bukan petani. Oleh karena itu, bank syariah tidak perlu diarahkan untuk menjadi bank desa. Di samping itu, mereka memiliki tingkat pendidikan yang sangat baik, dan seandainya nanti menjadi nasabah bank syariah, mereka akan menjadi nasabah yang “rewel” dan kritis. Namun demikian, pemahaman mereka terhadap bank syariah masih rendah, dan sebagai konsekuensinya, sosialisasi kepada masyarakat luas menjadi kebutuhan yang mendesak.

Faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk memilih bank syariah adalah: informasi dan penilaian, humanisme dan dinamis, ukuran dan fleksibilitas pelayanan, kebutuhan, lokasi, keyakinan dan sikap, materialism, keluarga, peran dan status, kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, perilaku pasca pembelian, promosi langsung, dan agama. Keputusan masyarakat memilih atau tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh tujuh faktor yaitu: Periode pengembalian; pembenaran (*warranties*); lokasi; situasi ekonomi; peran dan status; umur dan tahap siklus hidup (produk); keluarga, serta ditambah satu variabel lain yaitu: pendidikan.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah dalam penelitian ini adalah:

### **1. Pengelolaan secara syariah**

Masyarakat berminat ke bank syariah karena adanya alasan bahwa riba (bunga) dilarang dalam Islam, menggunakan sistem bagi hasil yang lebih menentramkan, diterapkannya prinsip syariah dalam setiap praktik transaksi, investasi/pembiayaan untuk bisnis yang halal, para pimpinan dan staff karyawan bank syariah terdiri dari orang-orang yang profesional dan terpercaya.

### **2. Lokasi**

Masyarakat berminat ke bank syariah karena pertimbangan lokasi yang strategis, aman, jarak dari tempat tinggal dekat dan mudah dijangkau.

### **3. Pelayanan**

Masyarakat berminat ke bank syariah karena petugas bank memberikan pelayanan dengan baik, cepat, ramah, sabar, dan profesional, biaya administrasi yang ringan, serta persyaratan administrasi yang mudah.

### **4. Fasilitas**

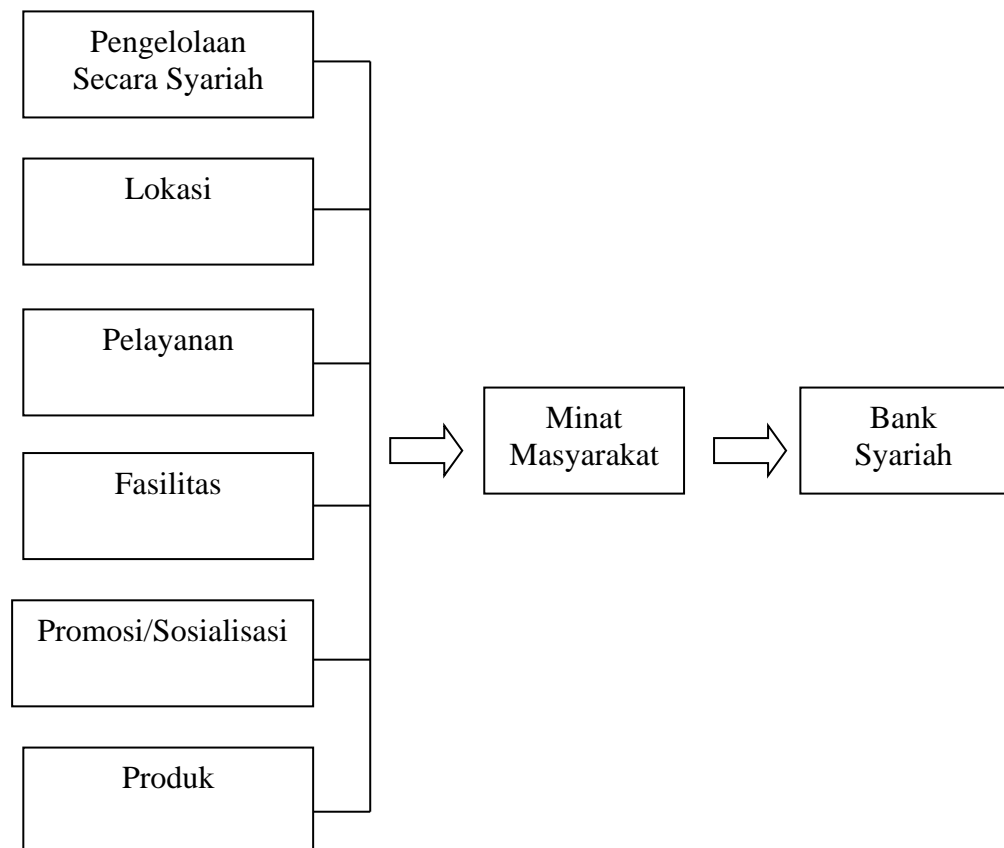
Masyarakat berminat ke bank syariah karena adanya fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap, adanya jaringan ATM, gedung (tempat) yang nyaman, tersedianya fasilitas transfer, membayar listrik, telepon melalui bank syariah, dana simpanan di jamin aman, dan tersedianya tempat parkir yang memadai.

## 5. Promosi/sosialisasi

Masyarakat berminat ke bank syariah karena adanya promosi (iklan) yang dilakukan bank syariah, sosialisasi dari cendekiawan/ulama, informasi dari media cetak dan elektronik, juga adanya informasi dan dorongan keluarga, teman, serta nama bank syariah yang sudah terkenal.

## 6. Produk

Masyarakat berminat ke bank syariah karena tersedinya produk yang inovatif, prosentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan, kemudahan produk dalam melakukan transaksi, dan tingkat pengembalian keuntungan yang tinggi pada produk bank syariah.



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

## **G. Hipotesis**

Hipotesis penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Faktor pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi/sosialisai, dan produk menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih bank syariah.
2. Faktor yang paling dipertimbangkan masyarakat Kabupaten Banyumas dalam memilih bank syariah adalah faktor pengelolaan secara Syariah.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah yaitu, faktor pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi/sosialisasi, dan produk.

##### **B. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Banyumas yang sudah menjadi nasabah bank syariah yang menjadi subyek penelitian yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria.

##### **C. Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah 225 orang/responden. Hal ini berdasarkan pada teknik pengambilan sampel batas minimum untuk penelitian sikap, minat dan perilaku adalah 96, responden 225 orang dianggap sudah representatif dengan  $\alpha$ : 5 % dan tingkat keyakinan 95 % (Basu Swasta, 2000 ).

#### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan sistem Accidental sampling, yaitu angket diberikan kepada nasabah yang datang ke bank pada saat penyebaran koesioner di ketiga bank syariah yang ada di Kabupaten Banyumas (BMI, BSM, BPRS) dengan proporsi BMI 75 responden, BSM 75 responden, dan BPRS 75 responden.

#### **E. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dalam hal ini adalah para masyarakat yang menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada 225 responden.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden dalam hal ini nasabah bank syariah untuk diisi sehingga dari jawaban-jawaban tersebut akan terkumpul data yang diperlukan agar lebih mudah dalam melakukan penghitungan. Penulis memberikan bobot nilai menurut skala ranking sebagai berikut:

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Ranking

Kriteria jawaban	Keterangan	Bobot nilai
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

### G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, untuk mengetahui pengaruh faktor pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi/sosialisasi dan produk terhadap minat masyarakat terhadap bank syariah. Dari data yang terkumpul akan diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dari masing-masing bank syariah. Analisis ini akan membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat antara Bank Umum Syariah (BUS) yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria).

Untuk memperkuat hasil analisis deskriptif ditambah dengan analisis statistik menggunakan regresi berganda.



## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Bank Muamalat Indonesia (BMI)**

###### **a. Profil dan Sejarah Perusahaan**

Bank Muamalat Indonesia, adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada tahun 1991, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Mulai beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendekiawan Muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk pendanaan yang ada menggunakan prinsip *Wadiah* (titipan) dan *Mudharabah* (bagi-hasil). Sedangkan penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi-hasil, dan sewa.

Ide kongkrit pendirian Bank Muamalat Indonesia berawal dari loka karya “ bunga bank dan perbankan” yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua. Ide ini kemudian lebih dipertegas lagi dalam Musyawarah Nasional (Munas) ke IV MUI di Hotel Sahid Jaya Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990 yang mengamanahkan kepada Bapak K.H. Hasar Bahri yang terpilih kembali sebagai Ketua Umum MUI untuk merealisasikan pendirian Bank Islam tersebut. Ide mendirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) tercetus dalam

sebuah lokakarya MUI bertema "Masalah Bunga Bank dan Perbankan" yang diadakan pada pertengahan Agustus 1990 di Cisarua, Bogor. Setelah itu MUI membentuk suatu Kelompok Kerja (POKJA) untuk menyiapkan segala seauatunya. Tim yang terbentuk, yang kemudian dikenal sebagai Tum Kecil "Penyiapan Buku Panduan Bank Tanpa Bunga" diketuai Dr. H.M. Amin Aziz. Bank Islam yang terbentuk disepakati bernama Bank Muamalat Indonesia (BMI). "Muamalat" dalam istilah fiqih berarti hukum yang mengatur hubungan antarmanusia. Nama alternatif lain yang muncul pada masa pembentukan itu adalah Bank Syariat Islam. Namun mengingat pengalaman pemakaian kata 'syariat islam' pada Piagam Jakarta, akhirnya nama itu tidak dipilih. Nama lain yang diusulkan adalah Bank Muamalat Islam Indonesia. Presiden Soeharto kemudian menyetujui nama terakhir dengan menghilangkan kata "Islam".

Sejak kehadirannya pada 1 Nopember 1991 melalui Akte Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia di Sahid Jaya Hotel dihadapan Notaris Yudo Paripurno, SH dengan Akte Notaris No. 1 tanggal 1 Nopember 1991 (Izin Menteri Kehakimam No. C24311.HT.01.01 tanggal 21 Maret 1992/Berita Negara RI tanggal 28 April No. 34). Pada saat penandatanganan Akte Pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp. 48 milyar. Selanjutnya bertepatan pada tanggal 1 Mei atau 27 Syawal 1412 Hijriah, SK Menteri Keuangan RI No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 Nopember 1991 diikuti izin usaha kieputusan Menkeu RI No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992. Pada hari Jum'at tanggal 27

Syawal 1412 H, Bank Muamalat telah membuka pintu kepada masyarakat yang ingin memanfaatkan layanan bank syariah. Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa yang semakin memperkuat posisi peerseroan sebagai Bank Syari'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Kehadiran Bank Muamalat tidak hanya untuk memposisikan sebagai bank pertama murni syariah, namun dilengkapi dengan keunggulan jaringan *Real Time On Line* terluas di Indonesia. Saat ini Bank Mumalat memberikan layanan melalui 312 gerai yang tersebar di 33 provinsi, didukung jaringan lebih dari 3.800 Kantor Pos Online/SOPP di seluruh Indonesia, serta merupakan satu-satunya bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia.

#### b. Visi dan Misi

##### 1). Visi

Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

##### 2). Misi

Menjadi **ROLE MODEL** Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

d. Produk dan Layanan Muamalat

1). Penghimpunan Dana

- a. Tabungan Muamalat : (1). Tabungan Haji Arafah, (2). Tabungan Haji Arafah Plus, (3). Tabungan Muamalat, (4). TabunganKu
- b. Giro Wadiah : (1). Giro Wadiah Personal, (2). Giro Wadiah Korporasi
- c. Deposito : (1). Deposito Mudharabah, (2). Deposito Fulinves
- d. Asuransi : (1). Full Protek, (2). Syariah Mega Covers, (3). Ta'awun Card, (4). Fitrah Card
- e. Nisbah & Tarif : (1). Hi-1000

2). Pembiayaan

- a. Jual-Beli : (1). Murabahah, (2). Istishna, (3). Salam, (4). Simulasi Jual Beli
- b. Bagi Hasil : (1). Mudharabah, (2). Musyarakah, (3). Simulasi Bagi Hasil
- c. Sewa : (1). Ijarah, (2). Ijarah Muntahia Bittamlik, (3). Pembiayaan Hunian Syariah

3). Layanan

- a. Transfer : (1). Kas Kilat, (2). Letter Of Credit, (3). Bank Garansi, (4). Layanan 24 Jam ( SMS Banking, Sala Muamalat, (Muamalat Mobile, Internet Banking)

## 2. Bank Syariah Mandiri

### a. Profil dan Sejarah Perusahaan

Bank Syariah Mandiri berdiri sejak tahun 1999, berkah pasca krisis ekonomi dan moneter tahun 1977-1978. Sejak didirikan perusahaan menjunjung tinggi kemanusiaan, keadilan dan integritas yang kuat bagi setiap staff atau segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM). Pada saat itu krisis yang menimpa Indonesia telah membuat kolaps atau bahkan mati bank-bank di Indonesia, singkatnya dalam kondisi tersebut industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Pemerintah menggabungkan (merger) empat bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Ekspor Import, dan Bank Pembangunan Indonesia menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kebijakan penggabungan terjuga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas dari PT. Bank susila Bakti yang merupakan bank konvensional milik Yayasan Kesejahteraan Pegawai PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi yang terkena krisis.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan

perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha PT. Bank Susila Bakti berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank

Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

#### b. Visi dan Misi

##### 1). Visi

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.

##### 2). Misi

- a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
- b) Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
- c) Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat
- d) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal
- e) Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

#### c. *Shared Values*

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-shared oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut *Shared Values* Bank Syariah Mandiri.

d. Produk dan Layanan

1). Pendanaan/Penghimpunan dana: Wadiah dan mudharabah.

- a) *Wadiah* : BSM menggunakan skema ini untuk BSM Giro, BSM TabunganKu dan BSM Tabungan Simpatik.
- b) *Mudharabah* : BSM menggunakan skema ini untuk BSM Deposito, Tabungan BSM, BSM Tabungan Berencana, BSM Tabungan Mabrur, BSM Tabungan Investa Cendekia dan BSM Tabungan Kurban.

2). Pembiayaan/Penyaluran dana: *Murabahah, ijarah, istishna, mudharabah, musyarakah* dsb.

- a) *Murabahah* : Hampir seluruh pembiayaan konsumtif BSM (BSM Griya, BSM Oto) menggunakan skema ini. Skema ini juga banyak dipergunakan BSM dalam pembiayaan modal kerja atau investasi yang berbentuk barang. Sekitar 70% pembiayaan bank syariah menggunakan skema murabahah.
- b) *Ijarah* : BSM mengaplikasikan skema ini pada BSM Pembiayaan Eduka (pembiayaan untuk kuliah) dan BSM Pembiayaan Umrah. Beberapa pembiayaan investasi juga menggunakan skema *ijarah*, khususnya skema *ijarah muntahiya bit tamlik* (IMBT).
- c) *Istishna* : Merupakan akad jual beli antara nasabah dengan bank syariah, namun barang yang hendak dibeli sedang dalam proses pembuatan. Bank syariah membiayai pembuatan barang tersebut dan mendapatkan pembayaran dari nasabah sebesar pembiayaan barang



ditambah dengan marjin keuntungan. Pembayaran angsuran pokok dan marjin kepada bank syariah tidak sekaligus pada akhir periode, melainkan diangsur sesuai dengan kesepakatan. Umumnya bank syariah memanfaatkan skema ini untuk pembiayaan konstruksi.

- d) *Mudharabah* : Merupakan akad berbasis bagi hasil, dimana bank syariah menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha/investasi.
- e) *Musyarakah* : Merupakan akad berbasis bagi hasil, dimana bank syariah tidak menanggung sepenuhnya kebutuhan modal usaha/investasi (biasanya sekitar 70 s.d. 80%).

3). Jasa: *Wakalah, rahn, kafalah, sharf* dsb.

- a) *Wakalah* : Wakalah berarti perwalian/perwakilan. Artinya BSM bekerja untuk mewakili nasabah dalam melakukan suatu hal. BSM mengaplikasikan skema ini pada beragam layanannya semisal transfer uang, L/C, SKBDN dsb.
- b) *Rahn* : BSM mengaplikasikan skema ini pada BSM Gadai Emas iB.
- c) *Kafalah* : BSM mengaplikasikan skema ini pada produk BSM Bank Garansi.
- d) *Sharf* : Merupakan jasa penukaran uang. BSM mengaplikasikan skema ini untuk layanan penukaran uang Rupiah dengan mata uang negara lain, semisal US\$, Malaysia Ringgit, Japan Yen dsb.

### 3. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

#### Profil dan Sejarah Perusahaan

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah atau *muamalah* Islam. BPRS berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir empat) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

#### **B. Karakteristik Responden**

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas. Penelitian ini mengambil sampel 225 nasabah, yaitu nasabah Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebanyak 75 responden, Bank Syariah Mandiri sebanyak 75 responden dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana, BPRS Bina Amanah Satria) dari ketiganya sebanyak 75 responden.

Gambaran umum responden pada penelitian ini diidentifikasi dalam lima karakteristik yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

Dari hasil pengolahan data yang terkumpul diperoleh penyajian data karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Dalam melakukan penyebaran kuesioner diberikan kepada nasabah laki-laki dan perempuan dari kelima bank syariah tersebut. Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh data yang disajikan dalam Tabel 4.1:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	BMI		BSM		BPRS		Keseluruhan	
		F	(%)	F	(%)	F	(%)	F	(%)
1	Laki-laki	41	54,47	44	58,67	38	50,67	123	54,67
2	Perempuan	34	45,53	34	41,33	37	49,33	102	45,33
Jumlah		75	100	75	100	75	100	225	100

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dari 225 responden yang menjadi nasabah di bank syariah adalah 54,67 % berjenis kelamin laki-laki dan 45,33% berjenis kelamin perempuan. Secara umum nasabah laki-laki lebih banyak dari pada nasabah perempuan. Namun khusus nasabah BPRS hampir berimbang antara nasabah berjenis kelamin laki-laki dengan perempuan masing-masing sebanyak 50,67 persen laki-laki dan 49,33 berjenis kelamin perempuan.

## 2. Karakteristik responden berdasarkan umur

Karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.

No	Umur	BMI		BSM		BPRS		Keseluruhan	
		F	( % )	F	( % )	F	( % )	F	( % )
1.	< 20 tahun	10	17,33	9	12,00	6	3,28	25	11,11
2.	20-29 tahun	20	26,67	12	16,00	14	18,67	46	20,44
3.	30-39 tahun	18	24,00	18	24,00	20	26,67	56	24,88
4.	40-49 tahun	16	21,33	20	26,67	23	30,67	59	26,22
5.	> 50 tahun	11	14,67	16	21,33	12	16,00	39	17,33
Jumlah		75	100	75	100	75	100	225	100

Sumber: data primer diolah

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa di BMI nasabah terbanyak adalah pada umur 20-29 tahun yaitu 26,67%. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran yang cukup tinggi para kaum muda (responden berusia produktif) untuk bergabung/menabung di BMI. Sementara BSM didominasi oleh responden berumur 40-49 tahun sebanyak 26,67%. Hal ini menunjukkan bahwa usia di puncak karier disusul usia kemantapan karier dan usia menjelang pensiun yang cenderung berminat ke BSM.

Untuk responden BPRS yang paling banyak adalah tingkat umur dari 40-49 tahun dan 30-39 tahun yaitu masing-masing berjumlah 26,22% dan 24,88%. Hal ini membuktikan bahwa usia di masa kemantapan karier dan puncak karier yang mempunyai kesadaran tinggi untuk menggunakan jasa BPRS.

Dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa usia 20-29 tahun, 30-39 tahun dan 40-49 tahun yang paling banyak sebagai pengguna bank

syariah di Kabupaten Banyumas yaitu berjumlah 71,54%. Ini menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi berminat terhadap bank syariah di Kabupaten Banyumas pada usia produktif, kematangan dan puncak karier. Umur lebih dari 50 tahun juga menduduki urutan keempat yaitu 17,33%, hal ini bisa dilihat bahwa masa usia pensiun juga banyak yang berminat terhadap bank syariah di Kabupaten Banyumas.

### 3. Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan.

Masyarakat yang menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda dari yang berpendidikan rendah sampai yang berpendidikan tinggi. Lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 4.3

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.

No	Pendidikan	BMI		BSM		BPRS		Keseluruhan	
		F	(%)	F	(%)	F	(%)	F	(%)
1.	SD	4	5,33	2	2,67	5	6,67	15	6,67
2.	SLP	12	16,00	13	17,33	15	20,00	40	17,77
3.	SLA	24	32,00	28	37,33	22	29,33	74	32,88
4.	Diploma	16	21,33	18	24,00	16	21,00	50	22,22
5.	S I	15	20,00	12	16,00	16	21,00	43	19,11
6.	Pascasarjana	4	5,33	2	2,67	1	1,33	7	3,11
Jumlah		75	100	75	100	75	100	225	100

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 4.3 diketahui bahwa nasabah BMI dengan tingkat pendidikan SLA yang terbanyak 32% kemudian disusul dengan nasabah berpendidikan diploma dan S1 masing-masing 21,33% dan 20%. Dilihat dari banyaknya masyarakat yang berminat ke BMI bahwa responden yang sudah berpendidikan tinggi ada kecenderungan untuk memilih BMI.

Tidak berbeda dengan BMI, bahwa responden BSM yang berpendidikan SLA juga menjadi mayoritas nasabah BSM yaitu 37,33 kemudian disusul yang berpendidikan diploma dan sarjana masing 24% dan 16%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berpendidikan tinggi lebih memiliki kesadaran untuk menjadi nasabah BSM.

Sementara di BPRS nasabah yang berpendidikan SMA juga yang paling banyak jumlahnya yaitu 29,33% kemudian disusul dengan yang berpendidikan diploma dan sarjana masing-masing dengan angka yang sama yaitu 21%.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa masyarakat berpendidikan SLA (32,88%), Diploma (22,22) dan Sarjana (19,11) yang memiliki kecenderungan memilih bank syariah di Kabupaten Banyumas.

#### 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Keadaan responden berdasarkan jenis pekerjaan seperti disajikan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	BMI		BSM		BPRS		Keseluruhan	
		F	(%)	F	(%)	F	(%)	F	(%)
1.	Pelajar/Mhs	16	21,33	14	18,67	16	21,33	46	20,44
2.	PNS	20	26,67	18	24,00	20	26,67	58	25,78
3.	BUMN	12	16,00	16	21,33	14	18,67	42	18,67
4.	Swasta	16	21,33	17	22,67	16	21,33	49	21,78
5.	Lainnya*	11	14,67	10	14,67	9	12,00	30	13,33
Jumlah		75	100	75	100	75	100	225	100

Sumber: Data primer diolah

Keterangan: \* wiraswasta, pensiunan/purnawirawan, legislatif, nelayan, pedagang

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa nasabah BMI pekerjaan mayoritas PNS yaitu 26,67%, jadi disimpulkan PNS cenderung memilih

menabung di BMI. Sementara di BSM yang pekerjaan mayoritas responden juga PNS sebanyak 24%. Ini menunjukkan bahwa yang lebih cenderung dan berminat ke BSM adalah mereka yang menjadi PNS.

Hal yang sama terjadi pada BPRS, dilihat dari jenis pekerjaan responden, BPRS didominasi nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai PNS juga. Dilihat dari data kuesioner yang terkumpul, mereka yang menjadi guru, pegawai Pemda TNI/POLRI, berjumlah 25,78%. Hal ini menunjukkan bahwa PNS cenderung lebih banyak yang menggunakan jasa BPRS sebagai tempat mentransaksikan dananya.

#### 5. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan.

Nasabah yang menjadi responden penelitian di bank syariah memiliki tingkat penghasilan perbulan yang bervariasi. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan seperti disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No	Penghasilan	BMI		BSM		BPRS		Keseluruhan	
		F	(%)	F	(%)	F	(%)	F	(%)
1.	<Rp1.000.000,.	15	20,00	12	16,00	14	18,67	41	18,22
2.	Rp1.000.000-Rp.3.000.000	31	41,33	35	46,67	33	44,00	99	44,00
3.	Rp3.000.000-Rp5.000.000	20	26,67	18	24,00	22	29,33	60	26,67
4.	>Rp5.000.000	9	12,00	10	13,33	6	8,00	25	11,11
Jumlah		75	100	75	100	75	100	225	100

Sumber: Data primer diolah

Secara umum dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kabupaten Banyumas yang menjadi nasabah bank syariah terbanyak adalah mereka yang berpenghasilan Rp 1.000.000,-Rp 3.000.000,. mencapai 44 %, sedang untuk BMI 41,33%, BSM 46,67% dan BPRS 44%.

### C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap BMI di Kab Banyumas.

Untuk mengetahui seberapa besar keenam faktor (pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas, promosi/soalisasi dan produk) menjadi pertimbangan dan mendorong minat masyarakat terhadap BMI seperti disajikan pada Tabel 4.6.

#### a. Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BMI

Tabel 4.6. Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena:	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya larangan atas riba (bunga)	52	20	3	-	-	75
2.	Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan	50	24	1	-	-	75
3.	Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan	49	22	4	-	-	75
4.	Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal	55	18	1	1	-	75
5.	Para pimpinan (manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	52	20	3	-	-	75
6.	Para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.	44	28	3	-	-	75
7.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	52	18	5	-	-	75
8.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional	54	15	6	-	-	75
Jumlah		408	165	26	1	0	600
Rata – rata		51,0	20,57	3,25	0,23	0	75
Prosentase		68,0%	27,5%	4,3%	1,2%	0,0%	100%

Sumber: Data primer diolah

#### 1). Adanya larangan atas riba (bunga)

Berdasarkan Tabel 4.6 terdapat 52 nasabah yang mengatakan sangat setuju, 20 setuju dan hanya 3 yang berpendapat tidak tahu (netral) terhadap adanya larangan atas riba (bunga). Hal ini



mengindikasikan bahwa adanya larangan atas riba merupakan alasan yang sangat dipertimbangkan masyarakat (nasabah) dalam menggunakan jasa BMI. Menunjukkan bahwa masyarakat sudah semakin sadar dan tahu terhadap larangan atas riba.

2). Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan

Sistem bagi hasil juga sangat dipertimbangkan masyarakat dalam menggunakan jasa BMI, hal ini terlihat dari mereka yang berpendapat sangat setuju sejumlah 50 orang, dan setuju 24 orang, ini mengindikasikan bahwa citra BMI sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang menggunakan sistem bagi hasil sudah meluas di masyarakat. Hal ini pulalah yang turut andil dalam mendorong minat masyarakat menjadi nasabah BMI karena memang ciri khas bank syariah adalah dengan sistem bagi hasil, yang menurut mereka lebih menentramkan. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sesuai syariah Islam, berdasarkan kaidah *mudharabah* atau *musyarakah*.

3). Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan.

Adanya Prinsip-prinsip Syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan merupakan alasan yang sangat dipertimbangkan oleh nasabah dalam menggunakan jasa BMI. Hal ini ditunjukkan dengan pendapat nasabah yang sangat setuju 49 dan setuju 22, dan terdapat 4 yang mengatakan tidak tahu (netral). Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa nasabah memberikan respon yang cukup

besar atas atribut-atribut Syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan di BMI.

Sebagaimana diketahui bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan syariat Islam. Dalam praktiknya bank syariah menggunakan berbagai macam prinsip syariah termasuk di antaranya prinsip titipan dengan *wadiah*, prinsip jual beli dengan *murabahah*, *salam*, *istishna*, prinsip sewa dengan *ijarah*, prinsip jasa *wakalah*, *kafalah*, *hawalah*, *rahn*, *qard* dan lainnya.

4). Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal

Dari Tabel 4.6 terdapat 55 responden mengatakan sangat setuju, 18 responden setuju dan hanya 1 yang tidak setuju. Ini mengandung arti bahwa investasi atau pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal sangat dipertimbangkan nasabah dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa BMI. Hal ini berarti responden peduli pada penyaluran dana yang disimpan di BMI agar benar-benar disalurkan oleh BMI untuk bisnis halal. Kepercayaan investasi yang halal dari nasabah harus direspons secara positif oleh pihak manajemen BMI agar nasabah semakin percaya dan loyal terhadap BMI sebagai Bank yang sesuai dengan syariah Islam.

5). Para pemimpin (Manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.

Para pemimpin (manajemen) BMI terdiri dari orang-orang yang terpercaya lihat pada Tabel 4.6 yang menjadi pertimbangan nasabah

terdapat 52 responden yang menyatakan sangat setuju, 20 setuju dan 3 netral (tidak tahu), mengandung arti bahwa para pemimpin BMI terdiri dari orang-orang yang terpercaya, menjadi pertimbangan responden untuk menggunakan jasa BMI. Kecenderungan ini mengandung arti bahwa pihak manajemen BMI mempunyai peran penting dalam menarik Dana Pihak Ketiga (DPK) dari masyarakat.

- 6). Para pemimpin Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.

Berdasarkan Tabel 4.6 terdapat 44 orang yang menyatakan sangat setuju, 28 orang setuju dan 3 orang tidak tahu (netral) terhadap para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional, hal ini menunjukkan bahwa faktor ini menjadi pertimbangan keputusan responden dalam menggunakan jasa BMI.

- 7). Staff Bank syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya

Tidak berbeda dengan para pimpinan terdiri dari orang-orang yang terpercaya, staff Bank Syariah adalah orang-orang yang terpercaya juga menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih BMI, hal ini ditunjukkan dengan pendapat yang menyatakan 52 sangat setuju, 18 setuju dan 5 tidak tahu (netral). Para staff BMI harus menunjukkan kinerja yang baik supaya masyarakat tetap percaya pada keberadaan BMI.

8). Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional

Dengan melihat data dari Tabel 4.6 bahwa staff BMI terdiri dari orang-orang yang profesional juga dipertimbangkan oleh minat masyarakat menjadi nasabah BMI, ini bisa dilihat dari responden yang menyatakan sangat setuju 54 orang, yang setuju 15 orang dan sisanya 6 orang tidak tahu (netral). Hal ini menunjukkan bahwa memiliki staff yang profesional itu penting untuk menarik nasabah supaya tetap bergabung dengan BMI.

Dapat disimpulkan bahwa faktor pengelolaan secara syariah sangat dipertimbangkan oleh masyarakat dalam minatnya menjadi nasabah BMI. Hal ini dapat diketahui dari pernyataan responden yang menyatakan sangat setuju 68%, yang setuju 27,5% walaupun terdapat 4,3% tidak tahu (netral) dan sisanya tidak setuju 1,2% terhadap faktor pengelolaan secara syariah.

b. Faktor Lokasi BMI

Tabel 4.7. Faktor Lokasi BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi Bank Syariah sangat strategis	38	28	9	-	-
2.	Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman	34	26	15	-	-
3.	Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat	35	25	13	2	-
4.	Lokasi Bank Syariah mudah di jangkau	33	28	14	-	-
Jumlah		140	107	51	2	0
Rata-rata		35,00	26,75	12,75	0,50	0
Prosentase		46,67%	35,67%	17%	0,66%	0,0%

Sumber: Data primer diolah

1). Lokasi Bank Syariah sangat strategis

Pada Tabel 4.7 Lokasi Bank Syariah sangat strategis menjadi pertimbangan nasabah dalam keputusannya menggunakan jasa BMI. Terlihat dari responden yang menyatakan sangat setuju sejumlah 38 orang, setuju 28 orang dan 9 netral. Kecenderungan ini mengandung arti bahwa masyarakat juga memperhatikan lokasi BMI yang strategis. Strategis di sini karena dekat dengan perkantoran, perumahan, rumah sakit dan tempat perbelanjaan.

2). Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman

Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman menjadi pertimbangan nasabah, hal ini nampak dari pernyataan 34 responden menyatakan sangat setuju, 26 setuju dan 15 netral. Mengandung arti bahwa lokasi BMI yang aman sangat dipertimbangkan oleh nasabah dalam menggunakan jasa BMI, karena perbankan merupakan industri jasa keuangan yang tentunya mempunyai resiko yang tinggi.

3). Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat

Kedekatan jarak dari tempat tinggal ke Bank Syariah juga berpengaruh terhadap masyarakat untuk bergabung dengan BMI. Hal ini terlihat dari Tabel 4.7 yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 responden, setuju 25 orang, netral 13 dan 2 tidak setuju.

4). Lokasi Bank Syariah mudah dijangkau

Lokasi Bank Syariah yang mudah dijangkau juga merupakan salah satu perhitungan masyarakat untuk bergabung dengan BMI.

Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan mereka yang mengatakan sangat setuju 33 orang, setuju 28 orang dan netral 14 responden. Lokasi BMI yang mudah dijangkau inilah yang membuat banyak masyarakat menggunakan jasa BMI.

Dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi sangat dipertimbangkan masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah BMI. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan pendapat responden yang menyatakan sangat setuju 46,67%, yang setuju 35,67% walaupun terdapat 17% tidak tahu (netral) dan sisanya tidak setuju 0,66% terhadap faktor pengelolaan secara syariah.

c. Faktor Pelayanan BMI

Tabel 4.8.Faktor Pelayanan BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.	48	24	3	-	-	75
2.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.	44	26	5	-	-	75
3.	Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah	47	22	6	-	-	75
4.	Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.	46	22	5	2	-	75
5.	Petugas memberikab pelayanan secara profesional.	50	20	5	-	-	75
6.	Biaya administrasi yang ringan	45	26	4	-	-	75
7.	Persyaratan administrasi yang mudah	37	34	3	1	-	75
Jumlah		317	174	31	3	0	525
Rata-rata		45,30	24,90	4,40	0,40	0	75
	Prosentase	60,3%	33,1%	5,90%	0,58%	0,0%	100%

Sumber: Data primer diolah

- 1) Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.

Pelayanan yang baik dari petugas bank syariah merupakan hal penting harus diberikan kepada nasabah BMI. Ini terlihat dari data pada Tabel 4.8 ada 48 responden menyatakan sangat setuju dan setuju 24 orang. Ini berarti pelayanan yang baik dari petugas bank sangat dipertimbangkan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BMI, karena nasabah pasti ingin dilayani dengan baik.

- 2) Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.

Pelayanan yang cepat terhadap nasabah dari petugas bank syariah sangat diharapkan. Dari data terlihat responden yang menyatakan sangat setuju 44 orang, setuju 26 orang dan sisanya netral 5 orang. Pelayanan yang cepat dari para karyawan/karyawati bank sangat mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BMI. Karena kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh petugas BMI dalam menyelesaikan transaksinya, memungkinkan nasabah untuk berkegiatan yang lain.

- 3) Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah

Pelayanan yang ramah dari para karyawan/karyawati BMI penting harus diperhatikan. Ini terlihat dari responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 47 orang, setuju 22 orang dan netral 6 orang. Hal ini menunjukkan sikap ramah dari karyawan/karyawati menjadi pertimbangan keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI. Puas atau tidaknya nasabah sangat

terkait dengan pelayanan yang di berikan karyawan/karyawati di samping faktor-faktor lain. Dengan sikap ramah secara psikologis akan membuat orang menjadi senang dan betah menjadi pelanggan atau nasabah BMI.

- 4) Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.

Memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran, itu juga menjadi hal yang harus di lakukan petugas Bank Syariah. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan 46 responden menyatakan sangat setuju, 22 setuju dan 2 tidak setuju. Kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan mendorong minat masyarakat untuk bergabung dengan BMI.

- 5) Petugas memberikan pelayanan secara profesional.

Dari data yang ada yaitu responden mengatakan sangat setuju 50 orang, setuju 20 orang dan netral 5 orang, ini menunjukkan keprofesionalan petugas dalam memberikan pelayanan menjadi pertimbangan nasabah untuk menggunakan jasa BMI. Karyawan/karyawati harus menjaga profesionalismenya agar mutu (kualitas) pelayanan yang diberikan dapat membawa dampak yang positif terhadap keberadaan BMI, demi kesuksesan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah yang berujung pada keberhasilan dalam menghimpun dana pihak ketiga.



6) Biaya administrasi yang ringan

Biaya administrasi yang ringan juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BMI. Hal ini terlihat dari 45 responden yang menyatakan sangat setuju, 26 setuju dan 4 netral. Ini menunjukkan bahwa dengan biaya administrasi yang ringan akan semakin menarik minat masyarakat menggunakan jasa BMI.

7) Persyaratan administrasi yang mudah

Administrasi mudah yang dipersyaratkan BMI juga berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berhubungan dengan BMI. Bisa dilihat dari pernyataan responden yang mengatakan sangat setuju 37 responden, setuju 34 responden, netral 3 dan 1 tidak setuju. Hal ini mengandung arti bahwa kemudahan dalam persyaratan administrasi, bisa menarik masyarakat untuk bergabung dengan BMI.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 60,38% responden menyatakan sangat setuju, 33,14% setuju, 5,9% netral dan 0,58% yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan sangat menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BMI.

## d. Faktor Fasilitas BMI

Tabel 4.9. Faktor Fasilitas BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap	26	46	3	-	-	75
2.	Adanya jaringan ATM Bank Syariah	28	41	6	-	-	75
3.	Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman	32	38	5	-	-	75
4.	Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah	32	37	6	-	-	75
5.	Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah aman	42	32	1	-	-	75
6.	Tersedianya tempat parkir yang memadai	26	40	9	0	-	75
Jumlah		186	234	30	0	0	450
Rata-rata		31	39	5	0	0	75
		41,3%	52%	6,7%	0,0%	0,0%	100%

Sumber: Data primer diolah

## 1) Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap

Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap, pada Tabel 4.9 terdapat 26 responden yang menyatakan sangat setuju, 46 setuju dan 3 netral. Hal ini berarti fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI. Kecenderungan ini mengandung arti bahwa nasabah juga sangat memperhatikan fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap dengan harapan bahwa dengan lengkapnya fasilitas, maka pelayanan yang dilakukan menjadi lebih cepat dan baik.

## 2) Adanya jaringan ATM Bank Syariah.

Adanya jaringan ATM BMI pada Tabel 4.9 nampak bahwa hal tersebut menjadi pertimbangan responden yaitu terdapat 28 orang

menyatakan sangat setuju, 41 setuju dan 6 netral ini mengindikasikan bahwa adanya jaringan ATM mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI. Ini berarti bahwa nasabah menginginkan adanya jaringan ATM yang saat ini fasilitas ATM BMI masih terbatas, harus diperbanyak. Walaupun pihak BMI telah menjalin kerjasama dengan pihak bank lain, sehingga nasabah BMI bisa menggunakan fasilitas ATM bank lain. Akan tetapi penggunaannya dibebani “biaya” (*Fee*) setiap kali transaksi menjadi keluhan.

3) Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman

Gedung (tempat) BMI yang nyaman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 32 responden yang menyatakan sangat setuju, 38 setuju dan 5 netral. Mengandung arti bahwa nasabah juga memperhatikan keadaan tempat yang nyaman untuk melakukan transaksi keuangannya. Adanya tempat yang nyaman sangat menarik nasabah untuk bergabung dengan BMI.

4) Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah

Adanya fasilitas transfer melalui BMI juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BMI. Hal ini terlihat dari 32 responden yang menyatakan sangat setuju, 37 setuju dan 6 netral. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas transfer juga mendukung nasabah untuk tetap menggunakan jasa BMI.

5) Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah Aman

Dana simpanan (tabungan) di BMI yang aman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 42 responden yang menyatakan sangat setuju, 32 setuju dan 1 netral. Berarti bahwa jaminan keamanan dana simpanan di bank mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI.

6) Tersedianya tempat parkir yang memadai

Berdasarkan pernyataan responden sejumlah 26 orang menyatakan sangat setuju, 40 setuju, 9 netral terhadap tersedianya tempat parkir yang memadai di BMI. Ini berarti adanya tempat parkir yang memadai juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BMI, saat ini tempat parkir di BMI dirasa belum memadai. Ini bisa menjadi pertimbangan pihak manajemen BMI untuk memperluas tempat parkir supaya dapat memenuhi harapan nasabah yang datang.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 41,3% responden menyatakan sangat setuju, 52% setuju, 6,7% netral dan 0% yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan sangat menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BMI.

## e. Faktor promosi/sosialisasi BMI

Tabel 4.10. Faktor Promosi/Sosialisasi BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah	21	46	8	-	-	75
2.	Adanya Sosilisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (Cendikiawan/ulama)	30	38	6	1	-	75
3.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak	38	34	3	-	-	75
4.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media catak	42	30	3	-	-	75
5.	Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	35	35	4	1	-	75
6.	Adanya doraongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	28	38	7	2	-	75
7.	Nama Bank Syariah yang sudah terkenal	40	28	7	-	-	75
8.	Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya	36	33	6	-	-	75
Jumlah		270	282	44	4	0	600
Rata-rata		33,63	35,25	5,5	0,5	0	75
Prosentase		45%	47%	7,33%	0,67%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

## 1) Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah

Dari Tabel 4.10 bahwa adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh BMI menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari pernyataan 21 responden menyatakan sangat setuju, 46 setuju dan 8 netral. Ini berarti bahwa promosi/iklan yang dilakukan pihak BMI menjadi pertimbangan keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI, karena promosi merupakan informasi awal dan penting untuk meyakinkan masyarakat menjadi nasabah BMI.

- 2). Adanya sosialisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (cendikiawan/ulama).

Dari Tabel 4.10 bahwa adanya sosialisasi Bank Syariah menjadi pertimbangan nasabah dari kalangan Umat Islam, hal tersebut nampak dari pernyataan 30 responden menyatakan sangat setuju, 38 setuju, 6 netral, dan 1 tidak setuju yang mengandung arti bahwa faktor sosialisasi yang dilakukan oleh kalangan umat Islam (Cendikiawan/Ulama) mendorong keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa BMI. Cendekiawan/Ulama selalu ditunggu fatwanya, sehingga dengan penjelasan mereka akan diikuti oleh masyarakat.

- 3). Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak.

Berdasarkan Tabel 4.10 adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak menjadi pertimbangan nasabah, hal ini nampak dari pernyataan 38 responden menyatakan sangat setuju, 34 setuju dan 3 netral. Ini berarti iklan Bank Syariah melalui media cetak mendorong minat masyarakat untuk menggunakan jasa BMI.

- 4). Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media elektronik.

Pada Tabel 4.10 tentang adanya informasi BMI melalui media elektronik menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari

pernyataan 42 responden yang menyatakan sangat setuju, 30 setuju, 3 netral, membuktikan bahwa dengan adanya iklan BMI melalui media elektronik menjadi pertimbangan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BMI.

- 5) Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya)

Adanya informasi Bank Syariah dari pihak lain dalam hal ini dari keluarga, teman dan lainnya juga mendorong minat responden untuk bergabung dengan Bank Syariah. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan 35 responden yang menyatakan sangat setuju, 35 setuju, 4 netral, 1 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa informasi langsung dari keluarga, teman, dan sebagainya atau promosi dari mulut ke mulut sangat mempengaruhi minat masyarakat terhadap BMI. Ini artinya pihak BMI juga harus melakukan pelayanan yang baik kepada nasabah.

- 6) Adanya dorongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman dan lainnya)

Tidak berbeda dengan informasi dari keluarga, teman, dsb. Adanya dorongan dari keluarga dan teman untuk menggunakan jasa BMI juga sebagai salah satu yang menjadi pertimbangan seorang nasabah untuk menggunakan jasa BMI. Ini terlihat dari pernyataan 28 responden yang menyatakan sangat setuju, 38 setuju, 7 netral dan

2 tidak setuju. Ini berarti dorongan dari pihak lain (keluarga, teman dll) bisa membuat masyarakat menjadi berminat ke BMI.

7) Nama Bank Syariah yang sudah terkenal

BMI merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia dan namanya sudah sangat terkenal. Bisa dilihat dari pernyataan 40 responden menyatakan sangat setuju, 28 setuju, dan 7 netral. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah yang sudah dikenal oleh masyarakat menjadi pertimbangan keputusan responden untuk menggunakan jasa BMI. Tidak bisa dipungkiri bahwa BMI merupakan Bank Syariah pertama dan terkenal mempunyai peran yang penting dalam menarik dana pihak ketiga. Tentunya bukan hanya ketenaran saja, tetapi faktor lainnya harus diperhatikan.

8). Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya

BMI merupakan Bank Syariah yang sudah terpercaya. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan 36 responden yang menyatakan sangat setuju, 33 setuju, 6 netral. Hal ini membuktikan bahwa Bank Syariah yang sudah terpercaya juga menjadi pertimbangan keputusan responden untuk menjadi nasabah BMI.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor promosi/sosialisasi sangat dipertimbangkan masyarakat dalam berminat terhadap BMI. Ini terlihat dari 45% responden menyatakan sangat setuju, 47% setuju, 7,33% netral, dan hanya 0,67% tidak setuju. Kecenderungan ini mengandung arti bahwa



promosi/sosialisasi sangat penting dilakukan oleh Bank Syariah, agar masyarakat di Kabupaten Banyumas yang mayoritas beragama Islam menjadi tahu, paham dan pada akhirnya tertarik dan akan menggunakan jasa BMI, sehingga tujuan dari berdirinya Bank Syariah sebagai sarana alternatif bagi umat Islam yang tidak setuju dengan sistem bunga menjadi tercapai.

f. Faktor Produk BMI

Tabel 4.11. Faktor Produk BMI

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.	26	42	7	-	-	75
2.	Persentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.	38	35	2	-	-	75
3.	Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.	42	28	4	1	-	75
4.	Tingkat pengembalian keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.	38	28	7	1	1	75
Jumlah		144	133	20	2	1	300
Rata-rata		36	33,25	5	0,50	0,25	75
Prosentase		48%	44,23%	6,67%	0,67%	0,33%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.

Tabel 4.11 bahwa produk-produk BMI yang inovatif menjadi pertimbangan nasabah. Hal tersebut nampak dari pernyataan 26 responden menyatakan sangat setuju, 42 setuju dan 7 netral, ini artinya bahwa produk BMI yang inovatif mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BMI. Dengan banyaknya alternatif pilihan atas produk-produk yang disediakan oleh pihak BMI, maka

semakin memudahkan nasabah dalam memilih produk yang sesuai keinginannya.

- 2) Prosentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.

Dari Tabel 4.11 terdapat 38 responden menyatakan sangat setuju, 35 setuju dan 2 netral berarti bahwa prosentase nisbah bagi hasil produk mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BMI ini. Dengan adanya prosentase nisbah bagi hasil yang tinggi atas produk-produk yang ditawarkan BMI, maka keuntungan nasabah yang dihasilkannya akan tinggi pula.

- 3) Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan produk dalam melakukan transaksi, Tabel 4.11 terdapat 42 responden menyatakan sangat setuju, 28 setuju, 4 netral dan hanya 1 tidak setuju, mengandung arti bahwa kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah.

- 4) Tingkat pengembalian Keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.

Dari Tabel 4.11 tingkat pengembalian hasil (return) yang tinggi produk di BMI, terdapat 38 responden menyatakan sangat setuju, 28 setuju, 7 netral yang 1 tidak setuju dan hanya 1 yang sangat tidak setuju mengandung arti bahwa return yang tinggi di BMI mendorong keputusan responden menggunakan jasa BMI.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa faktor produk menjadi pertimbangan masyarakat, pendapat responden menyatakan sangat setuju 48%, setuju 44,23%, netral 6,67% tidak setuju 0,67% dan sangat tidak setuju hanya 0,33% menunjukkan bahwa faktor produk inovatif, beragam, dan menarik, serta tingkat keuntungan yang tinggi akan menarik minat masyarakat menginvestasikan dananya ke BMI.

Tabel 4.12. Perbandingan Rata-rata Frekuensi Jawaban Responden atas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BMI

No	Faktor	Rata-rata frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Pengelolaan secara syariah	51,0	20,57	3,25	0,23	0	75
		68,0%	27,5%	4,3%	1,2%	0,0%	100%
2.	Lokasi	35,00	26,75	12,75	0,50	0	75
		46,67%	35,67%	17%	0,66%	0,0%	100%
3.	Pelayanan	45,30	24,90	4,40	0,40	0	75
		60,3%	33,1%	5,90%	0,58%	0,0%	100%
4.	Fasilitas	31	39	5	0	0	75
		41,3%	52%	6,7%	0,0%	0,0%	100%
5.	Promosi/Sosialisasi	33,63	35,25	5,5	0,5	0	75
		45%	47%	7,33%	0,67%	0%	100%
6.	Produk	36	33,25	5	0,50	0,25	75
		48%	44,23%	6,67%	0,67%	0,33%	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.12 bahwa faktor yang paling dipertimbangkan masyarakat yang berminat terhadap BMI adalah pengelolaan secara syariah 68% responden yang menyatakan sangat setuju, faktor pengelolaan secara syariahlah yang paling mendorong minat masyarakat untuk menjadi nasabah BMI

**D. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri (BSM) di Kab Banyumas.**

a. Faktor Pengelolaan Secara Syariah BSM

Tabel 4.13. Pengelolaan Secara Syariah di BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya larangan atas riba (bunga)	40	34	1	-	-	75
2.	Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan	39	36	-	-	-	75
3.	Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan	38	34	3	-	-	75
4.	Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal	36	35	4	-	-	75
5.	Para pimpinan (manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	36	36	3	-	-	75
6.	Para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.	37	35	3	-	-	75
7.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	38	35	2	-	-	75
8.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional	35	38	2	-	-	75
Jumlah		299	283	18	0	0	600
Rata-rata		37,38	35,37	2,25	0	0	75
Prosentase		49,9%	47,1%	3%	0%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Adanya larangan atas riba (bunga)

Berdasarkan Table 4.13 terdapat 40 nasabah yang mengatakan sangat setuju, 34 setuju dan hanya satu yang berpendapat tidak setuju terhadap adanya larangan atas riba (bunga). Hal ini mengindikasikan bahwa adanya larangan atas riba merupakan alasan yang sangat dipertimbangkan masyarakat (nasabah) untuk menggunakan jasa BSM. Menunjukkan bahwa masyarakat sudah semakin sadar dan tahu terhadap ajaran Islam tentang larangan atas riba.

2) Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan

Sistem bagi hasil juga sangat dipertimbangkan masyarakat dalam menggunakan jasa BSM, hal ini terlihat dari mereka yang berpendapat sangat setuju sejumlah 39 orang, dan setuju 36 orang, ini mengindikasikan bahwa citra BSM sebagai bank terbesar di Indonesia yang menggunakan sistem bagi hasil sudah meluas di masyarakat. Hal ini pulalah yang turut andil mendorong nasabah menggunakan jasa BSM karena memang ciri khas Bank Syariah adalah dengan sistem bagi hasil, yang menurut mereka lebih menentramkan.

3) Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan.

Adanya Prinsip-prinsip Syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan merupakan alasan yang sangat mendorong minat masyarakat terhadap BSM. Hal ini ditunjukkan dengan nasabah yang menyatakan sangat setuju 38 orang dan setuju 34 orang, dan hanya 3 orang yang mengatakan tidak tahu (netral). Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa nasabah memberikan respon yang cukup besar atas atribut-atribut Syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan di BSM.

4) Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal

Dari Tabel 4.13 terdapat 36 responden mengatakan sangat setuju, 35 setuju dan 4 yang tidak setuju. Ini mengandung arti

bahwa karena investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal sangat mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

- 5) Para pemimpin (Manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.

Para pemimpin (manajemen) BSM terdiri dari orang-orang yang terpercaya pada tabel 4.13 terdapat 36 responden yang menyatakan sangat setuju, 36 responden setuju dan 3 responden netral (tidak tahu), mengandung arti bahwa para pemimpin BSM terdiri dari orang-orang yang terpercaya, mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM. Jadi bagi pihak BSM harus dapat memilih orang-orang yang amanah untuk dijadikan manajemen.

- 6) Para pemimpin Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.

Berdasarkan Tabel 4.13 terdapat 37 responden yang menyatakan sangat setuju, 35 orang setuju dan 3 orang tidak setuju dalam hal para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional. Hal ini menunjukkan bahwa para pimpinan terdiri dari orang-orang profesional mendorong keputusan responden berminat dalam menggunakan jasa BSM.

7) Staff Bank syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya

Staff Bank Syariah adalah orang-orang yang terpercaya juga menjadi pertimbangan minat masyarakat menjadi nasabah BSM, hal ini ditunjukkan dengan pendapat responden yang menyatakan 38 sangat setuju, 35 setuju dan 2 tidak tahu (netral). Para staff BSM harus menunjukkan kualitas kinerja dan kejujurannya supaya masyarakat tetap percaya pada BSM.

8) Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional

Dengan melihat data dari Tabel 4.13 bahwa staff BSM terdiri dari orang-orang yang profesional juga mendorong minat masyarakat menjadi nasabah BSM, ini bisa dilihat dari responden yang menyatakan sangat setuju 38 orang, yang setuju 35 orang dan sisanya 2 orang tidak tahu (netral). Hal ini menunjukan bahwa memiliki staff yang profesional itu penting untuk menarik nasabah supaya tetap bergabung dengan BSM.

Dapat disimpulkan bahwa faktor pengelolaan secara syariah sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BSM. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan pendapat responden yang menyatakan sangat setuju 49,9% yang setuju 47,1% walaupun terdapat 3% tidak tahu (netral) dan sisanya tidak setuju 0% terhadap faktor pengelolaan secara syariah.

## b. Faktor Lokasi BSM

Tabel 4.14. Faktor Lokasi BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Lokasi Bank Syariah sangat strategis	38	28	8	1	-	75
2.	Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman	36	28	11	-	-	75
3.	Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat	37	34	3	1	-	75
4.	Lokasi Bank Syariah mudah di jangkau	37	33	4	1	-	75
Jumlah		148	123	26	3	0	300
Rata-rata		37	30,75	6,5	0,75	0	75
Prosentase		49,33%	41%	8,67%	1%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

## 1) Lokasi Bank Syariah sangat strategis.

Lokasi BSM sangat strategis pada Tabel 4.14 menjadi pendorong yang kuat terhadap keputusan nasabah berminat menggunakan jasa BSM. Terlihat dari responden yang sangat setuju sejumlah 38 orang, setuju 28 orang, 8 netral dan 1 tidak setuju. Kecenderungan ini dapat diartikan masyarakat memperhatikan lokasi BSM yang strategis. Strategis karena dekat dengan pusat pemerintahan, perkantoran, dan pusat perbelanjaan.

## 2) Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman.

Lokasi BSM di daerah yang aman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 36 responden yang menyatakan sangat setuju, 28 setuju dan 11 netral. Mengandung arti bahwa lokasi BSM yang aman itu sangat dipertimbangkan nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Hal ini karena nasabah ingin aman, baik saat menyimpan, menyetor maupun mengambil uangnya.



Keselamatan bagi nasabah merupakan faktor yang amat dipertimbangkan, karena keselamatan merupakan segala-galanya.

3) Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat.

Kedekatan jarak dari tempat tinggal ke Bank Syariah menjadi pertimbangan masyarakat untuk bergabung dengan BSM. Hal ini terlihat dari Tabel 4.14 yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 responden, setuju 34 orang, netral 3 dan 1 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa jarak rumah dengan bank sangat menentukan minat masyarakat menjadi nasabah BSM.

4) Lokasi Bank Syariah mudah dijangkau.

Lokasi Bank Syariah yang mudah dijangkau juga merupakan salah satu perhitungan masyarakat untuk bergabung dengan BSM. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan responden yang mengatakan sangat setuju 37 orang, setuju 33 orang, netral 4 responden dan 1 responden tidak setuju. Lokasi BSM yang mudah dijangkau inilah yang membuat banyak masyarakat menggunakan jasa BSM.

Dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BSM. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan pendapat responden yang menyatakan sangat setuju 49,33% yang setuju 41% walaupun terdapat 8,67% tidak tahu (netral) dan sisanya tidak setuju 1% pada faktor lokasi. Masalah kedekatan ini juga menyangkut efisiensi perjalanan ke BSM, baik waktu maupun biaya.

## c. Faktor Pelayanan BSM

Tabel 4.15. Faktor Pelayanan BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.	41	28	6	-	-	75
2.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.	38	29	7	1	-	75
3.	Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah	44	26	2	3	-	75
4.	Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.	42	26	7	-	-	75
5.	Petugas memberikan pelayanan secara profesional.	40	26	9	-	-	75
6.	Biaya administrasi yang ringan	48	18	5	4	-	75
7.	Persyaratan administrasi yang mudah	45	25	5	-	-	75
Jumlah		298	178	41	8	0	525
Rata-rata		42,56	25,43	5,87	1,14	0	75
Prosentase		56,76%	33,90%	7,81%	1,52%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

## 1) Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.

Pelayanan yang baik dari petugas Bank Syariah merupakan hal yang penting diberikan kepada nasabah BSM. Hal ini terlihat dari data pada Tabel 4,15 yang berpendapat sangat setuju sejumlah 41, setuju 28 dan 6 netral. Ini berarti pelayanan yang baik dari petugas bank sangat mendorong keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BSM. Karena nasabah pasti ingin dilayani dengan baik.

## 2) Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.

Pelayanan yang cepat dari petugas Bank Syariah merupakan hal penting untuk diberikan kepada nasabah. Hal ini terlihat dari data pernyataan responden yang menyatakan sangat setuju 38 orang, setuju 29 orang, netral 7 orang dan sisanya tidak setuju 1 orang.

Pelayanan cepat dari para karyawan/karyawati bank sangat menjadi pertimbangan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh petugas BSM akan memberi kesempatan kepada nasabah untuk beraktivitas yang lain.

3) Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah

Pelayanan yang ramah dari para karyawan/karyawati BSM merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Ini terlihat dari responden yang sangat setuju berjumlah 44 orang, setuju 26 orang, netral 2 orang, dan 3 orang tidak setuju. Hal ini menunjukkan pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM. Bersikap “ramah” dalam melayani nasabah menjadi suatu keharusan bagi karyawan/karyawati BSM mengingat bahwa industri perbankan bukan menjual “barang” akan tetapi “jasa”. Keramahan menghasilkan kepuasan secara kejiwaan bagi nasabah, sehingga akan membuat nasabah menjadi loyal terhadap BSM.

4) Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.

Berkaitan dengan memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran, itu juga menjadi hal yang harus dilakukan petugas Bank Syariah. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan 42 responden menyatakan sangat setuju, 26 setuju dan 7 tidak setuju. Kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan mendorong minat masyarakat untuk bergabung dengan BSM.

5) Petugas memberikan pelayanan secara profesional.

Dari data terlihat responden yang mengatakan sangat setuju 40, setuju 26 dan netral 9, ini menunjukkan keprofesionalan petugas dalam memberikan pelayanan dapat mendorong nasabah untuk tetap menggunakan jasa BSM. Karyawan/karyawati harus menjaga profesionalisme agar mutu (kualitas) pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan jumlah nasabah BSM, demi kesuksesan menghimpun dan menyalurkan dana pihak ketiga.

6) Biaya administrasi yang ringan

Biaya administrasi yang ringan juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BMI. Hal ini terlihat dari 48 responden yang menyatakan sangat setuju, 18 setuju, 5 netral dan 4 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa dengan biaya administrasi yang ringan akan semakin menarik minat masyarakat menggunakan jasa BSM.

7) Persyaratan administrasi yang mudah

Administrasi mudah yang dipersyaratkan BSM ikut mendorong minat masyarakat untuk berhubungan dengan BSM. Bisa dilihat dari pernyataan yang mengatakan sangat setuju 45 responden, setuju 25 responden, dan 5 netral.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 56,76% responden menyatakan sangat setuju, 33,9% setuju, 7,82% netral dan 1,52% yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan

bahwa faktor pelayanan sangat menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BSM.

c. Faktor Fasilitas BSM

Tabel 4,16. Faktor Fasilitas BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					Total
		SS	S	N	TS	ST S	
1.	Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap	39	25	6	5	-	75
2.	Adanya jaringan ATM Bank Syariah	30	38	7	-	-	75
3.	Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman	41	30	4	-	-	75
4.	Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah	40	34	1	-	-	75
5.	Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah aman	38	37	-	-	-	75
6.	Tersedianya tempat parkir yang memadai	43	30	2	-	-	75
Jumlah		231	194	20	5	0	450
Rata-rata		38,5	32,33	3,33	0,84	0	75
Prosentase		51,34%	43,12%	4,43%	1,11%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap

Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap pada Tabel 4.16 diketahui bahwa terdapat 39 responden yang menyatakan sangat setuju, 25 setuju, 6 netral dan 5 tidak setuju. Hal ini berarti faktor ini dapat mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

2) Adanya jaringan ATM Bank Syariah.

Adanya jaringan ATM BSM pada Tabel 4,16 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 30 responden yang menyatakan sangat setuju, 38 setuju dan 7 netral, ini mengindikasikan bahwa adanya jaringan ATM mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

3) Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman

Gedung (tempat) BSM yang nyaman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 41 responden menyatakan sangat setuju, 30 setuju dan 4 netral. Artinya, nasabah memperhatikan keadaan tempat yang nyaman untuk melakukan transaksi keuangannya. Adanya tempat yang nyaman mendorong nasabah untuk bergabung dengan BSM. Karena tempat yang nyaman, menyebabkan waktu menunggu yang panjang terasa pendek.

4) Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah

Adanya fasilitas transfer melalui BSM juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BSM. Hal ini terlihat dari 40 responden menyatakan sangat setuju, 34 setuju dan 1 netral. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas transfer juga mendukung nasabah untuk tetap menggunakan jasa BSM.

5) Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah Aman

Dari Tabel 4.16 diketahui terdapat 38 responden menyatakan sangat setuju, dan 37 responden menyatakan setuju dengan menyimpan dana (tabungan) di BSM adalah merasa aman. Berarti bahwa jaminan keamanan dana simpanan di bank mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

6) Tersedianya tempat parkir yang memadai

Tersedianya tempat parkir yang memadai ternyata menjadi pertimbangan para nasabah. Hal tersebut nampak bahwa terdapat

pernyataan dari responden sejumlah 43 orang yang menyatakan sangat setuju, 30 setuju, 2 netral terhadap tersedianya tempat parkir yang memadai di BSM.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 51,34% responden menyatakan sangat setuju, 43,12% setuju, 4,43% netral dan 1,11% yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor fasilitas menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BSM.

e. Faktor Promosi/Sosialisasi BSM

Tabel 4.17. Faktor Promosi/Sosialisasi BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah	25	38	5	7	-	75
2.	Adanya Sosialisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (Cendikiawan/ulama)	35	28	8	4	-	75
3.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak	36	30	9	-	-	75
4.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media catak	37	32	6	-	-	75
5.	Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	30	35	6	4	-	75
6.	Adanya doraongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	28	34	7	6	-	75
7.	Nama Bank Syariah yang sudah terkenal	35	35	4	1	-	75
8.	Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya	39	34	2	-	-	75
Jumlah		265	266	47	22	0	600
Rata-rata		33,13	33,25	5,87	2,75	0	75
Prosentase		44,17%	44,33%	7,83%	3,67%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

- 1) Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah.

Dari Tabel 4.17 adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh BSM menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 25 responden yang menyatakan sangat setuju, 38 setuju, 5 netral dan 7 tidak setuju, berarti bahwa promosi/iklan yang dilakukan pihak BSM menjadi pertimbangan responden untuk menggunakan jasa BSM. Pengetahuan masyarakat tentang BSM muncul setelah adanya prosomi atau iklan.

- 5) Adanya sosialisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (cendikiawan/ulama).

Dari Tabel 4.17 adanya sosialisasi Bank Syariah dari kalangan Umat Islam menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 35 responden yang menyatakan sangat setuju, 28 setuju, 8 netral, dan 4 tidak setuju yang mengandung arti bahwa faktor sosialisasi yang dilakukan oleh kalangan umat Islam (Cendikiawan/Ulama) itu mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BSM.

- 6) Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak.

Berdasarkan Tabel 4.17 adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 36 responden yang menyatakan sangat setuju, 30 setuju dan 9 netral. Hal ini berarti iklan



Bank Syariah melalui media cetak juga mendorong minat masyarakat untuk menggunakan jasa BSM.

- 7) Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media elektronik.

Pada Tabel 4.17 tentang adanya informasi BSM melalui media elektronik mempunyai nilai 37 sangat setuju, 32 setuju, 6 netral, membuktikan bahwa dengan adanya iklan BSM melalui media elektronik mendorong keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BSM. Media elektronik merupakan media yang paling efektif untuk mengiklankan BSM kepada masyarakat.

- 8) Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya)

Adanya informasi Bank Syariah dari pihak lain dalam hal ini dari keluarga, teman dan lainnya juga mendorong minat responden untuk bergabung dengan Bank Syariah. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan 30 responden yang menyatakan sangat setuju, 35 setuju, 6 netral, 4 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa informasi langsung dari keluarga, teman, dan sebagainya juga menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BSM.

- 9) Adanya dorongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman dan lainnya)

Tidak berbeda dengan informasi dari keluarga, teman, dsb. Adanya dorongan dari keluarga dan teman untuk menggunakan jasa

BSM juga sebagai salah satu yang menjadi pertimbangan seorang nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Ini terlihat dari 28 responden yang menyatakan sangat setuju, 34 setuju, 7 netral dan 6 tidak setuju. Ini berarti dorongan dari pihak lain (keluarga, teman dll) bisa membuat masyarakat menjadi berminat ke BSM.

10) Nama Bank Syariah yang sudah terkenal

BSM merupakan salah satu Bank Syariah besar di Indonesia dan namanya sudah sangat terkenal. Bisa dilihat dari pernyataan responden yang sangat setuju 35, setuju 35, dan 4 netral serta 1 tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah yang sudah dikenal oleh masyarakat mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

11) Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya

BSM merupakan Bank Syariah yang sudah terpercaya. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan nasabah bahwa 39 responden yang menyatakan sangat setuju, 34 setuju, 2 netral. Hal ini membuktikan bahwa Bank Syariah yang sudah terpercaya juga mendorong keputusan responden untuk menjadi nasabah BSM.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor promosi/sosialisasi sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BSM. Ini terlihat dari pernyataan responden bahwa rata-rata 44,17% responden yang menyatakan sangat setuju, 44,33% setuju, 7,83% netral, dan hanya 3,67% tidak setuju. Keadaan ini berarti

bahwa promosi/sosialisasi sangat penting dilakukan oleh Bank Syariah, agar masyarakat di Kab Banyumas yang mayoritas beragama Islam menjadi tahu, paham dan pada akhirnya tertarik dan akan menggunakan jasa BSM, sehingga tujuan dari berdirinya Bank Syariah sebagai sarana alternatif bagi umat Islam yang tidak setuju dengan sistem bunga menjadi tercapai.

f. Faktor Produk BSM

Tabel 4.18. Faktor Produk BSM

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.	38	34	3	-	-	75
2.	Persentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.	34	36	2	3	-	75
3.	Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.	37	33	5	-	-	75
4.	Tingkat pengembalian keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.	36	34	3	2	-	75
Jumlah		145	137	13	5	0	300
Rata-rata		36,25	34,25	3,25	1,25	-	75
Prosentase		48,33%	45,67%	4,33%	1,67%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.

Pada Tabel 4.18 bahwa produk-produk BSM yang inovatif menjadi pertimbangan nasabah, bahwa terdapat 38 responden yang menyatakan sangat setuju, 34 setuju dan 3 netral, mengandung arti bahwa produk BSM yang inovatif mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Dengan banyaknya alternatif pilihan atas produk-produk yang beragam, yang disediakan oleh pihak BSM

maka akan semakin memudahkan nasabah dalam memilih produk yang sesuai kebutuhannya.

- 2) Prosentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.

Dari Tabel 4.18 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 34 responden yang menyatakan sangat setuju, 36 setuju, 2 netral dan 3 tidak setuju, hal ini berarti bahwa prosentase nisbah bagi hasil produk mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Ini menunjukkan bahwa nasabah BSM juga mempertimbangkan faktor ini. Dengan adanya prosentase nisbah bagi hasil yang tinggi atas produk-produk yang ditawarkan BSM, maka keuntungan nasabah yang dihasilkannya akan tinggi pula.

- 3) Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan produk dalam bertransaksi pada Tabel 4.18 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 37 responden menyatakan sangat setuju, 33 setuju dan 5 netral, mengandung arti bahwa kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Teknologi dan aturan harus yang mudah diterima masyarakat atau nasabah.

- 4) Tingkat pengembalian Keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.

Dari Tabel 4.18 tingkat pengembalian hasil (return) yang tinggi di BSM menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak

dari pernyataan 36 responden yang menyatakan sangat setuju, 34 setuju, 3 netral dan 2 yang tidak setuju, yang mengandung arti bahwa return (tingkat pengembalian) yang tinggi di BSM mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BSM.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor produk menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BSM. Ini terlihat dari pendapat responden yang menyatakan sangat setuju 48,33%, setuju 45,67% netral 4,33% dan 1,67% tidak setuju, yang menunjukkan bahwa faktor produk yang inovatif, beragam, dan menarik, serta tingkat keuntungan yang tinggi akan semakin menarik minat masyarakat menginvestasikan dananya ke BSM. Nasabah ingin dana yang disimpan mendapat keuntungan yang khalal.

Tabel 4.19. Perbandingan Rata-rata Frekuensi Jawaban Responden atas Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap BSM

No	Faktor	Rata-Rata Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Pengelolaan secara syariah	37,38	35,37	2,25	0	0	75
		49,9%	47,1%	3%	0%	0%	100%
2.	Lokasi	37	30,75	6,5	0,75	0	75
		49,33%	41%	8,67%	1%	0%	100%
3.	Pelayanan	42,56	25,43	5,87	1,14	0	75
		56,76%	33,9%	7,81%	1,52%	0%	100%
4.	Fasilitas	38,5	32,33	3,33	0,84	0	75
		51,34%	43,12%	4,43%	1,11%	0%	100%
5.	Promosi/Sosialisasi	33,13	33,25	5,87	2,75	0	75
		44,17%	44,33%	7,83%	3,67%	0%	100%
6.	Produk	36,25	34,25	3,25	1,25	-	75
		48,33%	45,67%	4,33%	1,67%	0%	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.19 bahwa faktor yang paling dipertimbangkan minat masyarakat terhadap BSM adalah faktor pelayanan, hal ini dibuktikan dengan rata-rata frekuensi tertinggi dari hasil analisis data bahwa 97% responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, faktor pengelolaan secara syariah yang paling dipertimbangkan minat masyarakat terhadap BSM.

E. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria)

a. Faktor Pengelolaan Secara Syariah BPRS

Tabel 4.20. Faktor Pengelolaan Secara Syariah di BPRS

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi jawaban responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya larangan atas riba (bunga)	33	38	4	-	-	75
2.	Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan	34	39	2	-	-	75
3.	Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan	35	40	-	-	-	75
4.	Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal	33	40	2	-	-	75
5.	Para pimpinan (manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	33	39	3	-	-	75
6.	Para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.	31	42	1	1	-	75
7.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.	31	40	2	2	-	75
8.	Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional	30	41	3	1	-	75
Jumlah		260	319	17	4	0	600
Rata-rata		32,5	39,87	2,13	0,50	-	75
Prosentase		43,33%	53,17%	2,83%	0,67%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Adanya larangan atas riba (bunga)

Berdasarkan Tabel 4.20 terdapat 33 nasabah yang mengatakan sangat setuju, 38 setuju dan hanya 4 yang berpendapat tidak tahu (netral) terhadap adanya larangan atas riba (bunga). Hal ini mengindikasikan bahwa adanya larangan atas riba merupakan alasan yang sangat mendorong keputusan masyarakat (nasabah) untuk menggunakan jasa BPRS.

2) Sistem bagi hasil yang lebih menentramkan

Sistem bagi hasil juga sangat mendorong masyarakat menggunakan jasa BPRS, hal ini terlihat dari mereka yang berpendapat sangat setuju sejumlah 34 orang, setuju 39 orang dan 2 netral, ini mengindikasikan bahwa citra BPRS sebagai bank yang menggunakan sistem bagi hasil sudah meluas di masyarakat. Hal ini pulalah yang turut andil mendorong nasabah menggunakan jasa BPRS karena memang ciri khas Bank Syariah dengan sistem bagi hasil, yang menurut mereka lebih menentramkan.

3) Prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan.

Adanya Prinsip-prinsip Syariah Islam dalam setiap praktik transaksi perbankan merupakan alasan yang sangat mendorong minat masyarakat terhadap BPRS. Hal ini ditunjukkan dengan nasabah yang sangat setuju 35 dan setuju 40.

- 4) Investasi/pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal.

Dari Tabel 4.20 terdapat 33 responden mengatakan sangat setuju, 40 setuju dan 2 yang tidak tahu (netral). Ini mengandung arti bahwa karena investasi/ pembiayaan Bank Syariah untuk bisnis yang halal itu sangat mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS. Kekhalalan dalam usaha/bisnis menyebabkan masyarakat semakin percaya dan loyal terhadap BPRS sebagai Bank yang sesuai dengan syariah Islam tetap terjaga.

- 5) Para pemimpin (manajemen) Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.

Para pemimpin (manajemen) BPRS terdiri dari orang-orang yang terpercaya pada tabel 4.20 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 33 responden yang menyatakan sangat setuju, 39 setuju dan 3 netral (tidak tahu), mengandung arti bahwa para pemimpin BPRS terdiri dari orang-orang yang terpercaya, mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS meskipun yang menjawab setuju lebih banyak daripada yang sangat setuju.

- 6) Para pemimpin Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional.

Berdasarkan Tabel 4.20 terdapat 31 orang yang menyatakan sangat setuju, 42 orang setuju, 1 orang netral dan 1 orang tidak setuju terhadap para pimpinan Bank Syariah terdiri dari orang-orang



yang professional, hal ini menunjukkan bahwa para pimpinan terdiri dari orang-orang profesional mendorong keputusan responden dalam menggunakan jasa BPRS.

- 7) Staff Bank syariah terdiri dari orang-orang yang terpercaya.

Tidak berbeda dengan para pimpinan terdiri dari orang-orang yang terpercaya, staff Bank Syariah adalah orang-orang yang terpercaya juga menjadi pendorong minat masyarakat terhadap BPRS, hal ini ditunjukkan dengan pendapat 31 responden yang menyatakan sangat setuju, 40 setuju, 2 tidak tahu (netral) dan 2 tidak setuju.

- 8) Staff Bank Syariah terdiri dari orang-orang yang profesional

Dengan melihat data dari Tabel 4.20 bahwa staff BPRS terdiri dari orang-orang yang profesional juga mendorong minat masyarakat menjadi nasabah BPRS, ini bisa dilihat dari responden yang menyatakan sangat setuju 30 orang, yang setuju 41 orang dan sisanya 3 orang tidak tahu (netral) serta 1 tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki staff yang profesional itu penting untuk menarik nasabah supaya tetap bergabung dengan BPRS.

Dapat disimpulkan bahwa faktor pengelolaan secara syariah sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan pendapat yang menyatakan sangat setuju 32,5 (43,33%) yang setuju 39,87 (53,17%) walaupun terdapat 2,13 (2,83%) tidak tahu (netral)

dan sisanya tidak setuju 0,5 (0,67%) pada faktor pengelolaan secara syariah.

b. Faktor Lokasi BPRS

Tabel 4.21. Faktor Lokasi BPRS

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Lokasi Bank Syariah sangat strategis	37	29	4	4	1	75
2.	Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman	41	26	5	3	-	75
3.	Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat	48	22	2	2	1	75
4.	Lokasi Bank Syariah mudah di jangkau	45	23	5	2	-	75
Jumlah		171	100	16	11	2	300
Rata-rata		42,75	25	4	2,75	0,5	75
Prosentase		57%	33,33%	5,33%	3,67%	0,67%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Lokasi Bank Syariah sangat strategis.

Lokasi BPRS sangat strategis pada Tabel 4.21 menjadi pendorong yang besar terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BSM. Karena responden yang sangat setuju berjumlah 37 orang, setuju 29 orang, 4 netral, 4 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju. Keadaan ini berarti bahwa masyarakat juga memperhatikan lokasi BPRS yang strategis. Strategis di sini karena dekat dengan pusat keramaian (pasar, toko, perkantoran, kampus), mudah dijangkau kendaraan.

2) Lokasi Bank Syariah di daerah yang aman.

Lokasi BPRS di daerah yang aman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 41 responden yang menyatakan sangat setuju, 26 setuju, 5 netral dan 3 tidak setuju. Ini artinya bahwa

lokasi BPRS yang aman itu sangat mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Kondisi ini menyebabkan BPRS harus didirikan di lokasi yang aman. Lokasi BPRS di daerah yang tingkat keamanannya tinggi. Oleh karena itu respon yang diberikan oleh responden sangat penting atas faktor ini.

3) Jarak Bank Syariah dari tempat tinggal dekat.

Kedekatan jarak dari tempat tinggal ke Bank Syariah juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk bergabung dengan BPRS. Hal ini terlihat dari Tabel 22 bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden, setuju 22 orang, 2 netral, 2 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa jarak rumah dengan bank yang semakin dekat sangat mendorong minat masyarakat terhadap BPRS.

4) Lokasi Bank Syariah mudah dijangkau.

Lokasi Bank Syariah yang mudah dijangkau juga merupakan salah satu perhitungan masyarakat untuk bergabung dengan BPRS. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan mereka yang mengatakan sangat setuju 45 orang, setuju 23 orang, netral 5 responden dan 2 responden sangat tidak setuju. Lokasi BPRS yang mudah dijangkau inilah yang membuat banyak masyarakat menggunakan jasa BPRS.

Dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata keseluruhan pendapat responden yang

menyatakan sangat setuju 42,75 (57%) yang setuju 25 (33,33%) walaupun terdapat 4 (5,33%) tidak tahu (netral) dan sisanya tidak setuju 2,75 (3,67%) serta sangat tidak setuju 0,5 (0,67%) pada faktor lokasi.

c. Faktor Pelayanan BPRS

Tabel 4.22. Faktor Pelayanan BPRS

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.	37	35	3	-	-	75
2.	Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.	39	33	2	1	-	75
3.	Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah	38	37	-	-	-	75
4.	Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.	37	33	4	1	-	75
5.	Petugas memberikab pelayanan secara profesional.	37	34	3	1	-	75
6.	Biaya administrasi yang ringan	36	32	5	2	-	75
7.	Persyaratan administrasi yang mudah	34	37	4	-	-	75
Jumlah		258	241	21	5	0	525
Rata-rata		36,86	34,43	3	0,71	-	75
		49,14%	45,9%	4%	0,96%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan baik.

Pelayanan yang baik dari petugas Bank Syariah merupakan hal penting yang harus diberikan kepada nasabah BPRS. Ini dapat dilihat data pada Tabel 4.22 yang berpendapat sangat setuju sejumlah 37, setuju 35 dan 3 netral. Ini berarti pelayanan yang baik dari petugas bank sangat mendorong keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BPRS.

- 2). Petugas Bank Syariah memberikan pelayanan dengan cepat.

Pelayanan yang cepat dari petugas Bank Syariah merupakan hal penting untuk diberikan kepada nasabah. Hal ini terlihat dari data pernyataan responden yang menyatakan sangat setuju 39 orang, setuju 33 orang, netral 2 orang dan sisanya tidak setuju 1 orang. Pelayanan yang cepat dari para karyawan/karyawati bank sangat mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS.

- 3). Pelayanan yang ramah dari karyawan/karyawati Bank Syariah

Pelayanan yang ramah dari para karyawan/karyawati BPRS merupakan hal yang penting yang harus dilakukan. Ini terlihat dari responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 38 orang, setuju 37 orang. Bersikap “ramah” dalam melayani nasabah menjadi suatu keharusan bagi karyawan/karyawati BPRS mengingat bahwa Industri perbankan bukan menjual “barang” akan tetapi “jasa”. Puas atau tidaknya nasabah sangat terkait dengan pelayanan yang diberikan karyawan/karyawati di samping faktor-faktor lainnya.

- 4) Petugas Bank memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran.

Berkaitan dengan memberikan pelayanan dengan penuh kesabaran, itu menjadi hal yang harus dilakukan petugas BPRS. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan 37 responden menyatakan sangat setuju, 33 setuju, 4 tidak setuju dan 1 sangat tidak setuju.

Kesabaran petugas dalam memberikan pelayanan mendorong minat masyarakat untuk bergabung dengan BPRS.

5) Petugas memberikan pelayanan secara profesional.

Dari data yang ada yaitu responden mengatakan sangat setuju 37, setuju 34, netral 3 dan 1 tidak setuju, ini menunjukkan keprofesionalan petugas dalam memberikan pelayanan mendorong nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Karyawan/karyawati harus menjaga profesionalisme agar mutu (kualitas) pelayanan yang diberikan dapat membawa dampak yang positif terhadap keberadaan BPRS, demi kesuksesan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah yang berujung pada keberhasilan dalam menghimpun dana pihak ketiga.

6) Biaya administrasi yang ringan

Biaya administrasi yang ringan juga mendorong minat masyarakat menjadi nasabah BPRS. Ini terlihat dari 36 responden menyatakan sangat setuju, 32 setuju, 5 netral dan 2 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa dengan biaya administrasi yang ringan akan semakin menarik minat masyarakat menggunakan jasa BPRS.

7) Persyaratan administrasi yang mudah

Administrasi mudah yang dipersyaratkan BPRS juga menjadi pertimbangan minat masyarakat untuk berhubungan dengan BPRS. Bisa dilihat dari pernyataan responden yang mengatakan sangat setuju 34 responden, setuju 37 responden, dan 4 netral. Hal ini

mengandung arti bahwa kemudahan dalam persyaratan administrasi, bisa menarik masyarakat untuk bergabung dengan BPRS.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 36,86 (49,14% responden menyatakan sangat setuju, 34,43 (45,9% ) setuju, 3(4% ) netral dan 0,86(0,96%) yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan sangat menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BPRS.

d. Faktor Fasilitas BPRS

Tabel 4.23. Faktor Fasilitas BPRS

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap	9	54	6	6	-	75
2.	Adanya jaringan ATM Bank Syariah	10	47	14	4	-	75
3.	Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman	15	52	5	3	-	75
4.	Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah	19	49	6	1	-	75
5.	Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah aman	18	52	4	1	-	75
6.	Tersedianya tempat parkir yang memadai	14	48	8	5	-	75
Jumlah		85	302	43	20	0	450
Rata-rata		14,17	50,33	7,16	3,33	-	75
Prosentase		18,89%	67,11%	9,55%	4,45%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap.

Fasilitas sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap data pada tabel 4.23 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat 9 responden yang menyatakan sangat setuju, 54 setuju, 6 netral dan 6 tidak setuju. Hal ini berarti fasilitas

sarana pelayanan transaksi perbankan yang lengkap mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS.

2) Adanya jaringan ATM Bank Syariah.

Adanya jaringan ATM BPRS pada Tabel 4.23 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 10 responden yang menyatakan sangat setuju, 47 setuju dan 14 netral serta 4 tidak setuju, ini mengindikasikan bahwa bila BPRS mengadakan jaringan ATM mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa BPRS.

3) Gedung (tempat) Bank Syariah yang nyaman.

Gedung (tempat) BPRS yang nyaman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 15 responden yang menyatakan sangat setuju, 52 setuju dan 5 netral serta 1 tidak setuju. Mengandung arti bahwa nasabah juga memperhatikan keadaan tempat yang nyaman untuk melakukan transaksi keuangannya.

4) Adanya fasilitas transfer melalui Bank Syariah

Adanya fasilitas transfer melalui BPRS juga mendorong minat masyarakat terhadap BPRS. Hal ini terlihat dari 19 responden yang menyatakan sangat setuju, 49 setuju dan 6 netral serta 1 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa BPRS harus menyediakan fasilitas transfer bagi nasabahnya agar nasabah tetap menggunakan jasa BPRS



5) Dana simpanan (tabungan) di Bank Syariah Aman

Dari Tabel 4.23 dana simpanan (tabungan) di BPRS aman menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 18 responden yang menyatakan sangat setuju, 52 setuju, 4 netral dan 1 tidak setuju. Ini berarti bahwa jaminan keamanan dana simpanan di BPRS menjadi pendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS.

6) Tersedianya tempat parkir yang memadai.

Berdasarkan pendapat responden yang berjumlah 14 orang sangat setuju, 48 setuju, 8 netral dan 5 tidak setuju terhadap tersedianya tempat parkir yang memadai di BPRS. Ini berarti adanya tempat parkir yang memadai juga mendorong minat masyarakat menjadi nasabah BPRS, walaupun tempat parkir di BPRS belum dirasa memadai karena ada 8 yang mengatakan tidak tahu (netral) dan 1 tidak setuju. Ini bisa menjadi pertimbangan pihak manajemen BPRS untuk memperluas tempat parkir supaya memadai dengan banyaknya nasabah yang datang setiap harinya.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh rata-rata 14,17 (18,89%) responden menyatakan sangat setuju, 50,33 (67,11%) setuju, 7,17(9,55%) netral dan 2 (4,45%) yang tidak setuju, dan secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor pelayanan sangat menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa BPRS.

## e. Faktor Promosi/Sosialisasi BPRS

Tabel 4.24. Faktor Promosi/Sosialisasi BPRS

No	Pernyataan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah	16	48	6	5	-	75
2.	Adanya Sosialisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (Cendikiawan/ulama)	21	47	7	-	-	75
3.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak	18	52	4	1	-	75
4.	Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media elektronik.	17	54	4	-	-	75
5.	Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	19	51	4	1	-	75
6.	Adanya doraongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).	15	53	4	3	-	75
7.	Nama Bank Syariah yang sudah terkenal	16	54	3	2	-	75
8.	Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya	15	53	6	1	-	75
Jumlah		137	412	38	13	0	600
Rata-rata		17,14	51,48	4,75	1,63	-	75
		22,83%	68,67%	6,33%	2,17%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

## 1) Adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh Bank Syariah.

Dari Tabel 4.24 adanya promosi (iklan) yang dilakukan oleh BPRS menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 16 responden yang menyatakan sangat setuju, 48 setuju, 6 netral dan 5 tidak setuju, berarti bahwa promosi/iklan yang dilakukan pihak BPRS mendorong keputusan responden menggunakan jasa BPRS.

- 2) Adanya sosialisasi Bank Syariah dari kalangan umat Islam (cendekiawan/ulama).

Dari Tabel 4.24 adanya sosialisasi Bank Syariah dari kalangan Umat Islam menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 21 responden yang menyatakan sangat setuju, 47 setuju, 7 netral, yang berarti bahwa faktor sosialisasi yang dilakukan oleh kalangan umat Islam (Cendekiawan/Ulama) itu mendorong keputusan masyarakat menggunakan jasa BPRS.

- 3) Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media cetak.

Berdasarkan Tabel 4.24 adanya informasi tentang BPRS yang disampaikan melalui media cetak menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 18 responden yang menyatakan sangat setuju, 52 setuju dan 4 netral serta 1 tidak setuju. Hal ini berarti iklan BPRS melalui media cetak juga mendorong minat masyarakat untuk menggunakan jasa BPRS. Informasi dari media cetak tentang BPRS memiliki andil dalam menarik nasabah BPRS.

- 4) Adanya informasi tentang Bank Syariah yang disampaikan melalui media elektronik.

Pada Tabel 4.24 tentang adanya informasi BPRS melalui media elektronik menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari 17 responden yang menyatakan sangat setuju, 54 setuju, 4 netral, ini membuktikan bahwa adanya iklan BPRS

melalui media elektronik mendorong keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa BPRS.

- 5) Adanya informasi tentang Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman, dan lainnya).

Adanya informasi Bank Syariah dari pihak lain dalam hal ini dari keluarga, teman dan lainnya juga mendorong minat responden untuk bergabung dengan BPRS. Hal ini bisa dilihat dari pendapat 19 responden yang menyatakan sangat setuju, 51 setuju, 2 netral, 4 tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa informasi langsung dari keluarga, teman, dan sebagainya juga sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BPRS.

- 6) Adanya dorongan untuk bergabung dengan Bank Syariah dari pihak lain (keluarga, teman dan lainnya).

Adanya dorongan dari keluarga dan teman untuk menggunakan jasa BPRS juga sebagai salah satu yang mendorong seorang nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Ini terlihat dari 15 responden yang menyatakan sangat setuju, 53 setuju, 4 netral dan 3 tidak setuju. Ini berarti dorongan dari pihak lain (keluarga, teman dll) bisa membuat masyarakat menjadi berminat ke BPRS.

- 7) Nama Bank Syariah yang sudah terkenal.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria) merupakan BPRS yang namanya sudah terkenal di Kabupaten Banyumas. Bisa

dilihat dari pernyataan responden yang sangat setuju 16, setuju 54, dan 3 netral serta 2 tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah yang sudah dikenal oleh masyarakat mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS. Tidak bisa dipungkiri bahwa BPRS merupakan Bank Syariah yang sudah dikenal masyarakat Kab Banyumas mempunyai peran yang penting dalam menarik dana pihak ketiga.

8) Nama Bank Syariah yang sudah terpercaya

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS Khasanah Umah, BPRS Artha Laksana dan BPRS Bina Amanah Satria) merupakan BPRS yang sudah terpercaya. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan 15 responden yang sangat setuju, 53 setuju, 6 netral dan 1 tidak setuju. Ini membuktikan bahwa BPRS yang sudah terpercaya juga mendorong keputusan responden untuk menjadi nasabah BPRS.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor promosi/sosialisasi sangat menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BPRS. Ini terlihat dari pernyataan responden bahwa 17,13 (22,83%) yang menyatakan sangat setuju, 51,38 (68%) setuju, 4,75 (6,33%) netral, dan hanya 1,63 (2,37%) tidak setuju. Kecenderungan ini mengandung arti bahwa promosi/sosialisasi sangat penting dilakukan oleh BPRS, agar masyarakat Kabupaten Banyumas yang mayoritas beragama Islam menjadi tahu, paham dan pada akhirnya tertarik dan akan menggunakan jasa BPRS,

sehingga tujuan dari berdirinya Bank Syariah sebagai sarana alternatif bagi umat Islam yang tidak setuju dengan sistem bunga menjadi tercapai.

f. Faktor Produk BPRS

Tabel 4.25. Faktor Produk BPRS

No	Persyaratan Saya berminat ke Bank Syariah karena :	Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.	18	52	4	1	-	75
2.	Persentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.	16	53	2	4	-	75
3.	Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.	13	50	9	3	-	75
4.	Tingkat pengembalian keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.	9	50	11	5	-	75
Jumlah		56	205	26	13	0	300
Rata-rata		14	51,25	6,5	3,25	-	75
Prosentase		17,67%	68,33%	8,67%	5,67%	0%	100%

Sumber: Data primer diolah

1) Produk-produk perbankan syariah yang inovatif.

Pada Tabel 4.25 bahwa produk-produk BPRS yang inovatif menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 18 responden yang menyatakan sangat setuju, 52 setuju dan 4 netral serta 1 tidak setuju, mengandung arti bahwa produk BPRS yang inovatif mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Dengan banyaknya alternatif pilihan atas produk-produk yang disediakan oleh ketiga BPRS maka akan semakin memudahkan nasabah dalam memilih dan memilih produk yang sesuai keinginannya.

2) Prosentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan.

Dari Tabel 4.25 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak bahwa terdapat 16 responden yang menyatakan sangat setuju, 53 setuju, 2 netral dan 4 tidak setuju, yang mengandung arti bahwa prosentase nisbah bagi hasil produk yang menguntungkan menjadi dorongan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Dengan adanya prosentase nisbah bagi hasil yang tinggi atas produk-produk yang ditawarkan BPRS, maka keuntungan yang dihasilkan akan tinggi.

3) Kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan.

Kemudahan produk dalam bertransaksi pada Tabel 4.25 menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari pendapat 13 responden yang menyatakan sangat setuju, 50 setuju dan 9 netral serta 3 tidak setuju, berarti bahwa kemudahan produk dalam melakukan transaksi perbankan mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan jasa BPRS. Kemudahan dalam menggunakan transaksi atas produk tertentu memberikan peran penting dalam keputusan untuk memilih alternatif produk. Hal ini sesuai dengan mayoritas nasabah BPRS yang menggunakan produk-produk dengan kemudahannya dalam melakukan transaksi yaitu bisa ditarik sewaktu-waktu di samping juga menghasilkan return (bagi hasil) meskipun kecil serta teknologi yang mempermudah dalam bertransaksi.

- 4) Tingkat pengembalian keuntungan yang tinggi pada produk Bank Syariah.

Dari Tabel 4.25 tingkat pengembalian hasil (return) yang tinggi di BPRS menjadi pertimbangan nasabah, hal tersebut nampak dari pendapat 9 responden yang menyatakan sangat setuju, 50 setuju, 11 netral dan 5 yang tidak setuju, ini berarti bahwa return (tingkat pengembalian) yang tinggi di BPRS mendorong keputusan responden untuk menggunakan jasa BPRS.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa faktor produk menjadi pertimbangan minat masyarakat terhadap BPRS. Ini terlihat dari pernyataan responden yang menyatakan sangat setuju 13 (17,33%), setuju 51 (68,33%) netral 6,5 (8,67%) dan 3,25 (5,67%) tidak setuju, yang menunjukkan bahwa faktor produk yang inovatif, beragam, dan menarik, serta tingkat keuntungan yang tinggi akan semakin menarik minat masyarakat menginvestasikan dananya ke BPRS. Tidak dipungkiri setiap nasabah pasti menginginkan return yang tinggi pada setiap investasinya atau *profit oriented*.

Berdasarkan analisis di atas diketahui faktor yang paling dipertimbangkan minat masyarakat terhadap BPRS. Dapat dilihat dalam Tabel 4.26.



Tabel 4.26. Perbandingan Rrata-rata Frekuensi Jawaban Responden atas Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS

No	Faktor	Rata-Rata Frekuensi Jawaban Responden					
		SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Pengelolaan secara syariah	32,5	39,87	2,13	0,50	-	75
		43,33%	53,17%	2,83%	0,67%	0%	100%
2.	Lokasi	42,75	25	4	2,75	0,5	75
		57%	33,33%	5,33%	3,67%	0,67%	100%
3.	Pelayanan	36,86	34,43	3	0,71	-	75
		49,14%	45,9%	4%	0,96%	0%	100%
4.	Fasilitas	14,17	50,33	7,16	3,33	-	75
		18,89%	67,11%	9,55%	4,45%	0%	100%
5.	Promosi/Sosialisasi	17,14	51,48	4,75	1,63	-	75
		22,83%	68,67%	6,33%	2,17%	0%	100%
6.	Produk	14	51,25	6,5	3,25	-	75
		17,67%	68,33%	8,67%	5,67%	0%	100%

Berdasarkan Tabel 4.26 bahwa faktor yang paling dipertimbangkan minat masyarakat terhadap BPRS adalah faktor lokasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi dari pengolahan data jika dibandingkan faktor yang lain yaitu sebesar 72,37 (96,50%) yang menyatakan sangat setuju dan setuju faktor pengelolaan secara syariah yang paling dipertimbangkan minat masyarakat menjadi nasabah BPRS.

Dari hasil analisis data secara keseluruhan dari ke lima bank syariah di Kabupaten Banyumas, dalam hal ini BMI, BSM, tiga BPRS maka dapat dirangkum menjadi satu tabel sebagai gambaran umum faktor-faktor yang mempengaruhi dan menjadi pertimbangan minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah,

baik persamaan maupun perbedaan dari masing-masing bank.

Untuk seluruh data rata-rata frekuensi dan prosentase jawaban responden tersaji dalam Tabel 4.27 :

Tabel 4.27 Jumlah Rata-rata Responden dan Prosentase yang Menyatakan Sangat Setuju dan Setuju pada Faktor Minat Menjadi Nasabah Bank syariah

No	Faktor	BMI		BSM		BPRS	
		Rata-rata	(%)	Rata-rata	(%)	Rata-rata	(%)
1.	Pengelolaan Secara Syariah	70,57	95,50	72,75	97,00	72,37	96,50
2.	Lokasi	61,75	82,34	67,75	90,67	67,75	90,33
3.	Pelayanan	70,20	93,52	67,99	90,66	71,29	95,04
4.	Fasilitas	70,00	93,36	70,88	94,45	64,50	86,00
5.	Promosi/Sosialisasi	68,86	92,00	66,38	88,50	68,62	91,50
6.	Produk	69,25	92,23	70,50	93,66	65,25	85,66

Sumber : Data Primer diolah

Dari Table 4.27 ternyata menunjukkan bahwa factor pengelolaan secara syariah menduduki factor yang paling menentukan yang menjadi pendorong minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah bank syariah khususnya dari BMI, BSM maupun BPRS. Bagi BMI terlihat rangking kedua dan ketiganya ada pada pelayanan dan fasilitas, bagi BSM fasilitas dan produk, sedang bagi BPRS pelayanan dan promosi. Untuk rangking kedua dan ketiga ini terjadi perbedaan penilaian dari masyarakat Banyumas sehingga motivasi minat menjadi nasabah bank syariah dari BMI, BSM dan BPRS sedikit ada perbedaan.

#### D. Hasil Analisis Uji Statistik

Hasil Uji Statistik pada tiap-tiap bank syariah yang diteliti menunjukkan seperti berikut :

##### 1. Bank Muamalat Indonesia (BMI)

$$Y = 0,478 + 0,551X_1 + 0,560X_2 + 0,685X_3 + 0,351X_4 - 0,834X_5 - 0,542X_6$$

(2,692)      (3,287)      (4,579)      (2,577)      (-2,649)      (-2,092)

$$t_{\text{tabel}} = 1,993 \quad R^2 = 0,715 \quad F_{\text{hitung}} = 28,413$$

$$F_{\text{tabel}} = 4,309$$

Keterangan :

Y = minat ;  $X_1$  = Pengelolaan secara syariah ;  $X_2$  = Lokasi ;  $X_3$  = Pelayanan ;

$X_4$  = Fasilitas ;  $X_5$  = Promosi/Sosialisasi ;  $X_6$  = Produk

Dari hasil analisis terlihat bahwa semua faktor mempengaruhi secara signifikan, karena hasil analisis regresi dari keenam faktor menunjukkan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dengan derajat kesalahan  $\alpha = 5\%$ . Secara bersama-sama dari keenam faktor mempengaruhi minat, karena  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ .

##### 2. Bank Syariah Mandiri (BSM)

$$Y = -0,897 + 0,244X_1 + 0,299X_2 - 0,614X_3 - 0,213X_4 + 0,704X_5 + 0,712X_6$$

(2,003)      (1,633)      (-2,405)      (-0,962)      (3,991)      (3,698)

$$t_{\text{tabel}} = 1,993 \quad R^2 = 0,542 \quad F_{\text{hitung}} = 13,430$$

$$F_{\text{tabel}} = 4,309$$

Keterangan :

Y = minat ;  $X_1$  = Pengelolaan secara syariah ;  $X_2$  = Lokasi ;  $X_3$  = Pelayanan ;

$X_4$  = Fasilitas ;  $X_5$  = Promosi/Sosialisasi ;  $X_6$  = Produk

Dari hasil analisis terlihat bahwa faktor mempengaruhi secara signifikan adalah pengelolaan secara syariah, pelayanan, promosi/sosialisasi dan produk karena nilai  $t_{hitung}$  nya  $> t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan  $\alpha = 5\%$ . Secara bersama-sama dari keenam faktor mempengaruhi minat, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

### 3. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

$$Y = -3,185 + 0,438X_1 + 0,357X_2 + 0,432X_3 + 0,139X_4 - 0,406X_5 + 0,754X_6$$

(2,430)      (1,986)      (2,253)      (0,593)      (-0,933)      (3,484)

$$t_{tabel} = 1,993 \quad R^2 = 0,636 \quad F_{hitung} = 19,824$$

$$F_{tabel} = 4,309$$

Keterangan :

$Y$  = minat ;  $X_1$  = Pengelolaan secara syariah ;  $X_2$  = Lokasi ;  $X_3$  = Pelayanan ;

$X_4$  = Fasilitas ;  $X_5$  = Promosi/Sosialisasi ;  $X_6$  = Produk

Dari hasil analisis terlihat bahwa faktor mempengaruhi secara signifikan adalah pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, dan produk karena nilai  $t_{hitung}$  nya  $> t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan  $\alpha = 5\%$ . Secara bersama-sama dari keenam faktor pengaruhnya tidak signifikan terhadap minat, karena  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis baik secara deskriptif maupun secara statistik terhadap 225 responden (nasabah) Bank Syariah yang ada di Kabupaten Banyumas (nasabah BMI, BSM, BPRS), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nasabah Bank Syariah (BMI, BSM, BPRS) mempunyai karakteristik yang memungkinkan bank syariah untuk berkembang. Dari aspek jenis kelamin terlihat laki-laki dan perempuan hampir seimbang yaitu 54,67% nasabah laki-laki dan 45,33% perempuan, umur sebagian besar nasabah pada umur produktif 20 sampai dengan 49 mencapai 71,54%, tingkat pendidikan terbanyak di tingkat SLTA mencapai 32,88%, pekerjaan terbanyak PNS mencapai 25,78% disusul swasta 21,78% dan penghasilan per bulan berkisar antara 1 juta sampai 5 juta mencapai 70,67%. Hal ini mengindikasikan bahwa pangsa pasar Bank Syariah sangat luas.
2. Faktor pengelolaan secara syariah, lokasi, pelayanan, fasilitas dan produk secara umum telah menjadi pertimbangan minat masyarakat Banyumas untuk bergabung menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas, baik Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Secara statistik analisis kesemua

bank menunjukkan bahwa keenam faktor secara bersama-sama mempengaruhi faktor minat secara signifikan, kecuali pada BPRS pengaruhnya tidak signifikan.

3. Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat Banyumas menjadi nasabah BMI, BSM maupun BPRS adalah pengelolaan secara syariah. Secara statistik hasil analisis pada ketiga bank menghasilkan bahwa faktor pengelolaan secara syariah mempengaruhi faktor minat secara signifikan. Ini menandakan pemahaman terhadap ajaran Islam di Kabupaten Banyumas telah baik, sehingga memahami tentang perbankan Islam yang ada di Banyumas.
4. Bagi BMI selain faktor pengelolaan secara syariah pendapat responden sangat setuju dan setuju mencapai 95,5 % dengan jumlah responden rata-rata 70,57 responden, ranking kedua pelayanan mencapai 93,52% dengan rata-rata 70,2 responden dan ranking ketiga fasilitas mencapai 93,30 % dengan rata-rata responden 70 responden. Secara statistik keenam faktor mempengaruhi faktor minat secara signifikan.
5. Bagi BSM selain faktor pengelolaan secara syariah pendapat responden sangat setuju dan setuju mencapai 97,0 % dengan jumlah responden rata-rata 72,75 responden, ranking kedua fasilitas mencapai 94,45% dengan rata-rata 70,88 responden dan ranking ketiga produk mencapai 93,66 % dengan rata-rata responden 70,5 responden. Secara statistik selain ketiga

faktor tersebut, faktor promosi/sosialisasi berpengaruh secara signifikan terhadap faktor minat.

6. Bagi BPRS selain faktor pengelolaan secara syariah pendapat responden sangat setuju dan setuju mencapai 96,5 % dengan jumlah responden rata-rata 72,37 responden, ranking kedua pelayanan mencapai 95,04% dengan rata-rata 71,29 responden dan ranking ketiga promosi/sosialisasi mencapai 91,5 % dengan rata-rata responden 68,62 responden. Tetapi secara statistik faktor promosi/sosialisasi pengaruhnya tidak signifikan, malahan faktor lokasi dan faktor produk pengaruhnya terhadap faktor minat signifikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran dari penelitian ini adalah:

1. Mengingat faktor pengelolaan secara syariah menjadi faktor yang dominan dipertimbangkan nasabah di BMI, BSM, BPRS, maka pihak bank hendaknya bersinergi dengan para da'i, ulama dan orang-orang yang berkecimpung dalam penyebaran syariah Islam. Seyogyanya bank syariah bisa menggandeng para ulama karena ulama memiliki peran strategis dalam pengembangan dan sosialisasi bank syariah. Ulama bukan semata sosok berilmu, melainkan juga sebagai penggerak dan motivator masyarakat. Kualitas keilmuan para ulama telah mendorong mereka untuk aktif membimbing masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Para

ulama pulalah yang berperan mewujudkan bank Islam seperti yang kita kenal sekarang.

2. Bagi BMI faktor pelayanan dan fasilitas harus selalu ditingkatkan, dibangun dan dibina dengan baik agar nasabah BMI tetap menjadi nasabah yang loyal dengan BMI.
3. Bagi BSM faktor fasilitas dan produk harus selalu dikembangkan dan dibangun, agar nasabah BSM selalu merasa dimudahkan dalam transaksi yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah nasabah. Karena kedua faktor tersebut juga merupakan daya tarik nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah di Kabupaten Banyumas. Hal ini perlu dilakukan karena untuk lebih menarik minat masyarakat di Kabupaten Banyumas supaya menyimpan dananya di bank syariah.
4. Bagi BPRS faktor pelayanan dan promosi/sosialisasi harus ditingkatkan supaya masyarakat semakin tertarik untuk menjadi nasabah BPRS. Promosi dari mulut ke mulut akan sangat efektif dan efisien untuk dilakukan, caranya dengan selalu meningkatkan pelayanan serta mengajak nasabah untuk menyampaikan informasi kepada lingkungan mereka maupun kerabat mereka. Masyarakat Banyumas sangat menghormati para tokoh masyarakat, sehingga BPRS hendaknya bersinergi dengan tokoh masyarakat.
5. Mengingat penelitian ini masih terbatas obyek penelitiannya, maka perlu dilakukan penelitian-penelitian serupa supaya ada pembandingan atas hasil



penelitian ini. Bagi yang ingin mengadakan penelitian sejenis, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai minat masyarakat terhadap bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdad, M. Zaidi, 2003. *Lembaga Perekonomian Umat di Dunia Islam*, Angkasa, Bandung.
- Adnan, M. Akhyar 2005. *Akuntansi Syariah: Arah, Prospek dan tantangannya*, UII Press, Yogyakarta.
- Alfred. H, 2002. Analisis Sikap Nasabah Terhadap Produk Bank Muamalat Indonesia (Studi pada BMI Cabang Surabaya), *Tesis*. MSI UII, Yogyakarta, (Tidak dipublikasikan).
- Antonio, M. Syafi'i, 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Gema Insani Press, Jakarta.
- Bank Indonesia, 2000. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Malang Jawa Timur*, dikutip dari <http://www.bi.go.id> accessed 18 Januari 2010.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Barat*, dikutip dari <http://www.bi.go.id> accessed 18 Januari 2010.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Jawa Tengah dan DIY*, dikutip dari <http://www.bi.go.id> accessed 18 Januari 2010.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Sumatera Barat*, dikutip dari <http://www.bi.go.id> accessed 18 Januari 2010.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kalimantan Selatan*, dikutip dari <http://www.bi.go.id> accessed 18 Januari 2010.
- Chapra, M. Umer, 2000. *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, Gema Insani Press, Jakarta.
- Depag RI, *Al-Qur'an Terjemahan*, 2000, Diponegoro, Bandung.
- Karim Adiwarmanto A, 2007. *Ekonomi Mikro Islam*, Rajagrafindo Persada, Jakarta.

- Kuncoro mudrajat, 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Mahmoedin, 1996, *Etiket Pelayanan Bank dan Petunjuk Praktis Menjaring Nasabah*, Gunung Agung, Jakarta.
- Mannan, M. Abdul, 1997, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bhakti Prima Yasa, Yogyakarta.
- Marsudi, 2008. *Kajian Teoritis Perbankan Syariah, House of Islamic Economics*, (On-line), <http://billmars.blog.Ekonomisyariah.Net/> diakses 20 Januari 2010.
- Mualim Amir, 2004. *Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah*, (On-line), MSI UII, <http://MSI-UII.Net>. Diakses 20 Januari 2010.
- Muhammad, 2001. *Tehnik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah*, UII Press, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, UII Press, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Manajemen Bank Syariah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Nasuha Amalia, 2008. *Perilaku Konsumen Muslim*, (On-line), Pkes Interaktif Kantor Berita Ekonomi Syariah, <http://www.pkesinteraktif.com/> diakses 20 Januari 2010.
- Parno, 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Menjadi Pertimbangan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto)*, Tesis. MSI UII, Yogyakarta, (Tidak dipublikasikan).
- Setianto, H. Rahmat, 2007. *Sosialisasi Perbankan Syariah melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu, Sosialisasi Perbankan Syariah Association of Sheria Economics Studies*. (On-line), <http://Luqmannomic.wordpress.com/> diakses 18 Januari 2010.
- Siddiqi, M. Najatullah, 1996. *Kemitraan Usaha dan Bagi Hasil dalam Hukum Islam*, Dana Bhakti Prima Yasa, Yogyakarta.
- Tim Redaksi Pustaka Yustisia, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, 2009, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.